

ANALISIS CAMPUR KODE PADA WACANA IKLAN

DI MAJALAH *TEEN* TAHUN 2012

NASKAH PUBLIKASI ILMIAH

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Guna mencapai derajat

Sarjana S-1

Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah



Diajukan Oleh:

AYU PERMATA SARI

A 3100 90 154

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2013



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jl. A. Yani Tromol Pos I - Pabelan, Kartasura, Telp. (0271) 717417, Fax: 715448 Surakarta 57102

Website: <http://www.ums.ac.id>

Email: ums@ums.ac.id

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi/ tugas akhir:

Nama : Prof. Dr. H. Abdul Ngalim, MM., M. Hum.

NIP : 130811578

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi/ tugas akhir dari mahasiswa:

Nama : Ayu Permata Sari

NIM : A310090154

Program Studi : FKIP PBSID

Judul Skripsi : ANALISIS CAMPUR KODE PADA WACANA IKLAN DI
MAJALAH *TEEN* TAHUN 2012

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan dibuat, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Surakarta, 21 Mei 2013

Pembimbing,

Prof. Dr. H. Abdul Ngalim, MM., M. Hum.

NIP. 130811578

ABSTRAKS

ANALISIS CAMPUR KODE PADA WACANA IKLAN DI MAJALAH *TEEN* TAHUN 2012

Ayu Permata Sari, A310090154, Jurusan Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013, 71 halaman

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan penggunaan wujud campur kode pada wacana iklan di majalah *Teen* tahun 2012 dan mendeskripsikan faktor penyebab terjadinya campur kode pada wacana iklan di majalah *Teen* tahun 2012. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa wacana iklan pada majalah *Teen* tahun 2012. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik simak dan teknik catat. Teknik simak yang digunakan adalah menyimak penggunaan bahasa secara tertulis, sedangkan teknik catat yang digunakan adalah mencatat data yang dianggap relevan untuk menganalisis wujud campur kode pada wacana iklan di majalah *Teen*. Data dianalisis menggunakan metode padan intralingual dan metode padan ekstralingual sesuai dengan tujuan penelitian. Langkah penelitian yaitu dengan mengumpulkan data yang akan diteliti, mengklasifikasikan sesuai dengan wujud campur kode, dan menganalisis data yang sudah peneliti peroleh. Ada 2 hal yang perlu disampaikan dalam hasil analisis. 1) Campur kode yang ditemukan berwujud campur kode kata, frasa, klausa, dan idiom. Wujud campur kode kata terdiri dari 29 wujud campur kode kata yang berupa 19 kata benda, 2 kata sifat, 5 kata kerja, dan 3 kata keterangan. Wujud campur kode frasa terdiri dari 21 wujud campur kode frasa yang berupa 18 frasa nominal, dan 3 frasa adjektival. Wujud campur kode yang berupa klausa terdiri dari 4 wujud campur kode klausa yang berupa 3 klausa verbal, dan 1 klausa nominal. Wujud campur kode idiom sebanyak 1 wujud campur kode idiom. 2) Faktor penyebab terjadinya campur kode pada wacana iklan tersebut ada tiga. 1) Tuntutan nama produk yang telah ditawarkannya, 2) unsur atau elemen dalam produk untuk mendapat kenyamanan para konsumen saat memakai produk tersebut, dan 3) tuntutan daya tarik para konsumen membeli produk yang ditawarkannya. Penggunaan campur kode bahasa Inggris tersebut digunakan penulis agar pembaca lebih tertarik membeli produk yang telah ditawarkannya.

Kata kunci: *campur kode, wacana iklan, majalah*

A. PENDAHULUAN

Sekian banyak majalah remaja ternama di Indonesia, ada sebuah majalah yang cukup dikenal dan menjadi *trend* para anak remaja, khususnya remaja putri. Majalah tersebut yaitu *Teen*. Salah satu isi dari majalah tersebut yaitu wacana iklan yang dibuat semenarik mungkin. Agar menarik, maka penulis mencantumkan berbagai ragam bahasa yang berwujud campur kode. Dengan adanya ragam bahasa tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti penggunaan wujud campur kode di majalah *Teen*.

Pemakaian ragam bahasa yang digunakan dalam majalah *Teen* tidak selamanya menggunakan ragam bahasa formal, akan tetapi juga menggunakan ragam bahasa informal. Pemakaian ragam bahasa informal biasanya mengikuti atau menyesuaikan dengan keadaan dan situasi komunikasi. Unsur-unsur bahasa yang digunakan meliputi unsur bahasa Indonesia dan Inggris. Pemakaian unsur bahasa asing ini menyebabkan timbulnya peristiwa campur kode (Wijana, 2010: 169-170).

Pembicaraan campur kode biasanya diikuti dengan pembicaraan mengenai alih kode. Kedua peristiwa yang lazim terjadi dalam masyarakat yang bilingual ini mempunyai kesamaan yang besar, sehingga seringkali sukar untuk dibedakan. Tetapi menurut *Hill* dan *Hill* (dalam Chaer, 1995: 151) dalam penelitian mereka mengenai masyarakat bilingual bahasa Spanyol dan Nahuatl di kelompok India Meksiko, mengatakan bahwa tidak ada harapan untuk dapat membedakan antara campur kode dan alih kode (Chaer, 1995: 151).

Kesamaan yang ada antara campur kode dan alih kode adalah digunakannya dua bahasa atau lebih, atau dua varian dari sebuah bahasa dalam satu masyarakat tutur. Banyak ragam pendapat mengenai perbedaan keduanya. Namun yang jelas, kalau di dalam alih kode setiap bahasa atau ragam bahasa yang digunakan itu masih memiliki fungsi otonomi masing-masing, dilakukan dengan sadar, dan sengaja dengan sebab-sebab tertentu. Sedangkan di dalam campur kode ada sebuah kode utama atau kode dasar yang digunakan atau memiliki fungsi dan keotonomiannya, sedangkan kode-kode lain yang terlibat di dalam peristiwa tutur itu hanyalah berupa serpihan-serpihan saja, tanpa fungsi atau keotonomian

sebagai sebuah kode (Chaer, 1995: 151). Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti lebih tertarik untuk menganalisis campur kode karena campur kode lebih murni tanpa adanya unsur kesengajaan dibandingkan dengan alih kode.

Campur kode merupakan penggunaan lebih dari satu bahasa atau kode dalam satu wacana menurut pola-pola yang masih belum jelas (Nababan dalam Paul, 2002: 69). Penelitian tentang analisis campur kode sudah banyak dilakukan oleh para pakar bahasa. Namun, penelitian tersebut masih singkat. Penulis dalam penelitian ini, menguraikan tentang penggunaan wujud campur kode di majalah *Teen* tahun 2012. Penerapan wujud campur kode tersebut atas dasar strategi yang dikemukakan oleh Wijana. Banyak orang yang menganggap berkomunikasi itu sangat mudah, bahkan tidak perlu dipelajari. Tetapi dalam kehidupan sehari-hari, secara tidak sadar masyarakat menggunakan bahasa yang bercampuran yang sering disebut campur kode.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di rumah yang beralamatkan di Babad Baru Rt 06 Rw 04 Manang, Grogol, Sukoharjo dan di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Waktu penelitian ini dilakukan dari tanggal 20 Desember 2012 sampai dengan bulan Mei.

Jenis penelitian yang digunakan dalam menganalisis campur kode pada wacana iklan di majalah *Teen* adalah deskriptif kualitatif. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi tunggal terpancang. Strategi tunggal terpancang dalam penelitian ini adalah masalah yang dikaji hanya satu, yaitu analisis campur kode pada wacana iklan di majalah *Teen*.

Subjek penelitian ini adalah wacana iklan di majalah *Teen* tahun 2012. Objek pada penelitian ini adalah penggunaan wujud campur kode dan faktor penyebab terjadinya campur kode pada wacana iklan di majalah *Teen* tahun 2012.

Data dalam penelitian ini berupa kata, frasa, klausa, atau kalimat yang merupakan campur kode. Sumber data dalam penelitian ini adalah wacana iklan pada majalah *Teen* tahun 2012.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik simak dan catat. Dalam penelitian ini teknik simak yang digunakan adalah menyimak

penggunaan bahasa secara tertulis. Sedangkan teknik catat yang digunakan mencatat beberapa bentuk yang dianggap relevan atau dapat dimasukkan ke dalam penelitian dari penggunaan bahasa yang digunakan secara tertulis untuk menganalisis campur kode pada wacana iklan di majalah *Teen* tahun 2012.

Uji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi teori karena dalam menganalisis data, penulis menggunakan perspektif lebih dari satu teori untuk membahas permasalahan yang dikaji. Perspektif yang lebih dari satu akan digunakan untuk menganalisis dan menarik kesimpulan yang lebih utuh dan menyeluruh.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode padan intralingual dan metode padan ekstralingual. Metode padan intralingual adalah metode analisis dengan cara menghubungkan-bandingkan unsur-unsur yang bersifat lingual (Mahsun, 2005: 18). Metode padan ekstralingual digunakan untuk menganalisis unsur yang bersifat ekstralingual (Mahsun, 2005: 120).

C. PEMBAHASAN

1. Campur Kode Kata

a. Campur Kode Kata Benda

Campur kode kata benda adalah percampuran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Asing (bahasa Inggris) yang berwujud kata benda.

Data 1: Wujudkan obsesi K-POPmu! Rekam video gaya keren kamu dan *gank*-mu (3-5 orang). (Edisi 285-XIX-Juni-2012)

Data satu menunjukkan campur kode kata benda yang ditandai dengan kata *gank* (dalam bahasa Inggris) yang berarti kelompok. Kata *gank* termasuk kata benda karena arti kelompok pada iklan tersebut menunjuk pada orang.

Faktor penyebab terjadinya campur kode pada penggalan wacana tersebut yaitu kebiasaan penulis menggunakan bahasa Inggris ketika mengucapkan kata *gank* yang berarti kelompok agar dianggap dapat mengikuti era modern saat ini.

b. Campur Kode Kata Sifat

Campur kode kata sifat adalah percampuran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Asing (bahasa Inggris) yang berwujud kata sifat.

Data 2: Kalau *chattingan* dan ngobrol di grup bisa lebih seru dengan banyak aplikasi *chatting* gratis di Samsung Galaxy *Series*, kenapa juga masih *chatting* dengan cara yang itu-itu saja? (Edisi 282-XIX-Mei-2012)

Data dua menunjukkan campur kode kata sifat yang ditandai dengan kata *series* (dalam bahasa Inggris) yang berarti seri. Kata *series* termasuk kata sifat karena dalam iklan tersebut ditunjukkan bahwa Samsung Galaxy mengeluarkan produk terbaru dengan seri yang baru.

Faktor penyebab terjadinya campur kode pada penggalan wacana tersebut yaitu kebiasaan penulis menggunakan bahasa Inggris ketika mengucapkan kata *series* yang berarti seri karena penggunaan kata tersebut lebih dikenal oleh masyarakat pada umumnya yang sesuai dengan kalimat yang diucapkannya agar pembaca lebih mengetahui maksud penulis.

c. Campur Kode Kata Kerja

Campur kode kata kerja adalah percampuran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Asing (bahasa Inggris) yang berwujud kata kerja.

Data 3 : Banyak aplikasi *chatting* telah dinikmati puluhan juta orang. (Edisi 282-XIX-2012)

Data tiga menunjukkan campur kode kata kerja yang ditandai dengan kata *chatting* (dalam bahasa Inggris) yang berarti ngobrol. Kata *chatting* termasuk kata kerja karena dalam iklan tersebut sedang melakukan pekerjaan berkomunikasi dengan orang lain.

Faktor penyebab terjadinya campur kode pada penggalan wacana tersebut yaitu kebiasaan penulis menggunakan bahasa Inggris ketika mengucapkan kata *chatting* yang berarti ngobrol karena penggunaan kata tersebut lebih dikenal oleh masyarakat pada khususnya seperti para remaja dan penulis mengikuti perkembangan zaman yang menggunakan teknologi canggih yang berupa *chatting*.

d. Campur Kode Kata Keterangan

Campur kode kata keterangan adalah percampuran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Asing (bahasa Inggris) yang berwujud kata keterangan.

Data 4 :Indosat ngertiin banget kebutuhan pelanggannya, khususnya anak muda pengguna IM3 yang suka berkomunikasi dengan cepat, mudah dan sesuai dengan gaya hidup modern anak muda yang ingin selalu *update* dan

terhubung dengan teman-temannya dimanapun dan kapanpun dengan mudah serta dapat digunakan di ponsel mana saja. (Edisi 285-XIX-Juni-2012)

Data empat menunjukkan campur kode kata keterangan yang ditandai dengan kata *update* (dalam bahasa Inggris) yang berarti memperbaharui atau terbaru. Kata *update* termasuk kata keterangan karena dalam iklan tersebut menunjukkan keterangan cara untuk memperbaharui sesuatu agar selalu tetap mengikuti gaya yang modern.

Faktor penyebab terjadinya campur kode pada penggalan wacana tersebut yaitu kebiasaan penulis menggunakan bahasa Inggris ketika mengucapkan kata *update* yang berarti terbaru karena penggunaan kata tersebut lebih dikenal oleh masyarakat pada khususnya seperti para remaja yang selalu mengikuti zaman modern dan sesuai digunakan dalam konteks kalimat tersebut.

2. Campur Kode Frase

a. Campur Kode Frase Verbal

Campur kode frase verbal adalah percampuran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Asing (bahasa Inggris) yang berwujud frase verbal.

Data 5 : *Say hello* untuk dunia ceria bebas gangguan haid. (Edisi 282-XIX-Mei-2012)

Data lima menunjukkan campur kode frase verbal yang ditandai dengan kelompok kata *say hello* (dalam bahasa Inggris) yang berarti berkata helo. Kata *say hello* termasuk frase verbal karena dalam iklan tersebut menunjukkan perbuatan untuk mengatakan sesuatu kepada hal yang akan kita alami, yaitu berkata helo untuk dunia ceria bebas gangguan haid.

Faktor penyebab terjadinya campur kode pada penggalan wacana tersebut yaitu kebiasaan penulis menggunakan bahasa Inggris ketika mengucapkan kata *say hello* yang berarti berkata helo karena penggunaan kata tersebut lebih sesuai digunakan dalam konteks kalimat yang ditujukan kepada para remaja putri sehingga maknanya telah tersampaikan.

b. Campur Kode Frase Nominal

Campur kode frase nominal adalah percampuran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Asing (bahasa Inggris) yang berwujud frase nominal.

Data 6 : Kalau *chatting*-an dan ngobrol di grup bisa lebih seru dengan banyak aplikasi *chatting* gratis di Samsung Galaxy Series, kenapa juga masih *chatting* dengan cara yang itu-itu saja? Makin seru dengan *touch screen*. (Edisi 282-XIX-Mei-2012)

Data enam menunjukkan campur kode frase nominal yang ditandai dengan kelompok kata *touch screen* (dalam bahasa Inggris) yang berarti layar sentuh. Kata *touch screen* termasuk frase nominal karena dalam iklan tersebut menunjukkan benda yang berupa layar yang dapat disentuh, yaitu *handphone*.

Faktor penyebab terjadinya campur kode pada penggalan wacana tersebut yaitu kebiasaan penulis menggunakan bahasa Inggris ketika mengucapkan kata *touch screen* yang berarti layar sentuh karena penggunaan kata tersebut lebih sesuai digunakan dalam konteks kalimat yang ditujukan kepada para remaja yang mengikuti zaman modern menggunakan *handphone* canggih sehingga maknanya telah tersampaikan.

c. Campur Kode Frase Adjektival

Campur kode frase adjektival adalah percampuran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Asing (bahasa Inggris) yang berwujud frase adjektival.

Data 7 :Temukan gelang mutiara di setiap kemasan Citra *Pearly White* UV 250 ml. (Edisi 283-XIX-Mei-2012)

Data tujuh menunjukkan campur kode frase adjektival yang ditandai dengan kelompok kata *pearly white* (dalam bahasa Inggris) yang berarti putih mutiara. Kata *pearly white* termasuk frase adjektival karena dalam iklan tersebut menunjukkan sifat agar seseorang mempunyai kulit yang seperti putih mutiara.

Faktor penyebab terjadinya campur kode pada penggalan wacana tersebut yaitu kebiasaan penulis menggunakan bahasa Inggris ketika mengucapkan kata *pearly white* yang berarti putih mutiara karena penggunaan kata tersebut lebih sesuai digunakan dalam konteks kalimat yang ditujukan kepada para remaja putri sehingga maknanya telah tersampaikan.

3. Campur Kode Klausa

a. Campur Kode Klausa Verbal

Campur kode klausa verbal adalah percampuran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Asing (bahasa Inggris) yang berwujud klausa verbal.

Data 8 : Perbedaan IM3 Buzz dari layanan serupa lainnya adalah IM3 Buzz memiliki *fitur* tambahan yaitu ***video & audio cal/ streaming***. (Edisi 285-XIX-Juni-2012)

Data delapan menunjukkan campur kode klausa verbal yang ditandai dengan kalimat sederhana *video & audio call streaming* (dalam bahasa Inggris) yang berarti penerima panggilan gambar bersuara dan suara bunyi. Kalimat *video & audio streaming* termasuk klausa verbal karena dalam iklan tersebut menunjukkan kata kerja untuk menerima sebuah panggilan yang disertai gambar dan suara.

Faktor penyebab terjadinya campur kode pada penggalan wacana tersebut yaitu kebiasaan penulis menggunakan bahasa Inggris ketika mengucapkan kata *video & audio streaming* yang berarti penerima panggilan gambar bersuara dan suara bunyi karena penggunaan kata tersebut lebih sesuai digunakan dalam konteks kalimat yang ditujukan kepada para masyarakat yang mengikuti perkembangan zaman modern sehingga maknanya telah tersampaikan.

b. Campur Kode Klausa Nominal

Campur kode klausa nominal adalah percampuran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Asing (bahasa Inggris) yang berwujud klausa nominal.

Data 9: Gratis 40 EA ***games full version*** di nokia Asha 202 *Touch & Type!* (Edisi 283-XIX-Mei-2012)

Data sembilan menunjukkan campur kode klausa nominal yang ditandai dengan kalimat sederhana *games full version* (dalam bahasa Inggris) yang berarti permainan banyak jenis. Kalimat *games full version* termasuk klausa nominal karena dalam iklan tersebut menunjukkan kata benda permainan yang mempunyai banyak jenisnya.

Faktor penyebab terjadinya campur kode pada penggalan wacana tersebut yaitu kebiasaan penulis menggunakan bahasa Inggris ketika mengucapkan kata *games full version* yang berarti permainan banyak jenis karena penggunaan kata tersebut lebih sesuai digunakan dalam konteks kalimat yang ditujukan kepada para masyarakat pada khususnya seperti para remaja yang mengikuti perkembangan zaman modern sehingga maknanya telah tersampaikan.

c. Campur Kode Klausa Adjektival

Campur kode klausa adjectival adalah percampuran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Asing (bahasa Inggris) yang berwujud klausa adjektival.

Data 10: Emeron *lovely White Hand & Body Lotion Soft Touch* mengandung UV *Whitening* dan Anti *Oxidant*. (Edisi 285-XIX-Juni-2012)

Data sepuluh menunjukkan campur kode klausa adjectival yang ditandai dengan kalimat sederhana *lovely white hand & body lotion soft touch* (dalam bahasa Inggris) yang berarti pemutih cantik pembersih tangan dan tubuh dengan sentuhan yang lembut. Kalimat *lovely white hand & body lotion soft touch* termasuk klausa adjectival karena dalam iklan tersebut menunjukkan kata sifat sebagai pemutih yang dapat mempercantik tangan dan tubuh dengan sentuhan lembutnya.

Faktor penyebab terjadinya campur kode pada penggalan wacana tersebut yaitu kebiasaan penulis menggunakan bahasa Inggris ketika mengucapkan kata *lovely white hand & body lotion soft touch* yang berarti pemutih cantik pembersih tangan dan tubuh dengan sentuhan yang lembut karena penggunaan kata tersebut lebih sesuai digunakan dalam konteks kalimat yang ditujukan kepada para remaja putri sehingga maknanya telah tersampaikan.

4. Campur Kode Idiom

Campur kode idiom adalah campur kode yang terjadi berupa ungkapan.

Data 11 : Bikin duniamu berbunga-bunga! Apapun aktivitasmu, ke mana pun kamu pergi, dengan Puteri *body spray, it's always a...*(Edisi 283-XIX-Mei-2012)

Data sebelas menunjukkan campur kode idiom yang ditandai dengan kata *it's always a...* (dalam bahasa Inggris) yang berarti ini selalu. Kata *it's always a...* termasuk idiom karena dalam iklan tersebut menunjukkan ungkapan agar selalu menjadi apa yang diinginkan.

Faktor penyebab terjadinya campur kode pada penggalan wacana tersebut yaitu kebiasaan penulis menggunakan bahasa Inggris ketika mengucapkan kata *it's always a...* yang berarti ini selalu karena penggunaan kata tersebut lebih sesuai digunakan dalam konteks kalimat yang ditujukan kepada para remaja putri sehingga maknanya telah tersampaikan.

5. Campur Kode Reduplikasi

Campur kode reduplikasi adalah campur kode yang terjadi berupa perulangan kata. Dari data yang telah tersedia menunjukkan bahwa tidak ada data yang menunjukkan campur kode reduplikasi. Campur kode reduplikasi hanya terjadi pada data yang mengalami campur kode ke dalam yaitu campur kode yang bersumber dari bahasa asli. Sedangkan dalam penelitian ini, campur kode yang terjadi yaitu campur kode ke luar yaitu campur kode yang bersumber dari bahasa asing yang kenyataannya tidak ada kata ulang dalam penggunaan bahasa asing.

D. HASIL TEMUAN PENELITIAN

Penelitian Bambang Apriyanto (2011) berjudul “Analisis Majas Sarkasme dan Campur Kode pada Film *Punk In Love* yang disutradarai oleh Ody C. Harahap”. Hasil penelitiannya yaitu majas sarkasme yang digunakan pada film *Punk In Love* berupa bagian anggota tubuh, seruan, nama binatang, sifat, nama kotoran, nama makhluk halus, dan keadaan. Campur kode yang digunakan pada film *Punk In Love* meliputi campur kode morfem, kata, frasa, klausa, reduplikasi, dan baster. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti wujud campur kode, sedangkan perbedaannya adalah tidak hanya wujud campur kode saja yang diteliti dalam penelitian di atas, tetapi juga menganalisis majas sarkasme serta pemakaian bahasa lisan dengan bahasa tulis.

Penelitian Dwi Fernawati (2012) berjudul “Alih Kode dan Campur Kode pada Wacana Humor “*Lha... Dalah!*” dalam Surat Kabar Harian Joglosemar Edisi November 2011”. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa terdapatnya alih kode ekstern yang berjumlah 14 data. Dalam penelitian ini tidak ditemukannya alih kode intern. Sedangkan campur kode yang terjadi pada peneliti ini terdapat 33 campur kode kata kerja, 23 campur kode kata sifat, 11 campur kode kata benda, dan 20 campur kode kata keterangan. Campur kode frasa yang meliputi frasa verbal terdapat 11 data, frasa nominal terdapat 6 data, dan frasa ajektival 10 data. Campur kode klausa yang meliputi klausa verbal ada 4 data, klausa nominal ada 3 data, dan klausa ajektival ada 3 data. Campur kode idiom ada 1 data. Campur kode reduplikasi yang meliputi reduplikasi dwilingga ada 15 data, dan reduplikasi salin swara ada 6 data. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti

campur kode pada wacana, sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian di atas juga meneliti analisis alih kode pada wacana humor.

Penelitian Eti Dwi Fahriana (2011) berjudul “Alih Kode dan Campur Kode pada Karangan Mahasiswa Semester 2 Akademi Kebidanan Estu Utomo Boyolali Tahun Ajaran 2010-2011”. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa wujud alih kode ekstern yaitu bahasa Indonesia ke bahasa Inggris, bahasa Arab ke bahasa Indonesia. Wujud campur kodenya yaitu ekstern yang berasal dari bahasa Inggris dan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Wujud campur kode tersebut berupa kata, frasa, ungkapan, dan duplikasi. Campur kode intern ditandai dengan adanya penggunaan kata berbahasa Jawa dan bahasa Batak, ungkapan, duplikasi berbahasa Jawa dalam karangan berbahasa Indonesia. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti campur kode pada bahasa tulis, sedangkan perbedaannya yaitu selain campur kode, penelitian di atas juga meneliti alih kode, tetapi yang diteliti pada karangan mahasiswa.

Penelitian Eko Saputro (2011) berjudul “Variasi Akronim dan Campur Kode dalam Rubrik “*Kriing*” Koran Harian Solopos Edisi Juni 2011”. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa bentuk akronim yang paling banyak digunakan berupa pengkalan huruf pertama tiap komponen sebanyak 23 data. Bentuk campur kode yang terdapat dalam rubrik *Kriing* terdiri dari empat jenis. Campur kode frasa sebanyak 7, campur kode klausa sebanyak 8, campur kode duplikasi sebanyak 5. campur kode yang terjadi sebagian berupa bahasa Jawa. Hal ini terjadi karena latar belakang pembaca Solopos adalah masyarakat sekitar daerah Surakarta yang bahasa kesehariannya menggunakan bahasa daerah, yaitu baha Jawa. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pemakaian wujud campur kode dalam majalah, sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini adalah tidak hanya wujud campur kode saja yang diteliti tetapi juga penggunaan variasi akronim dalam majalah.

Penelitian Lina Puspita (2009) berjudul “Alih Kode dan Campur kode dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas II SD Negeri Selopukang Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri”. Hasil penelitiannya menunjukkan bentuk alih kode interen yaitu peralihan dari bahasa Indonesia ke bahasa Jawa dan sebaliknya.

Bentuk campur kode yang terjadi yaitu berupa campur kode kata, campur kode frasa, dan campur kode klausa. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti wujud campur kode, sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah penggunaan bahasa secara langsung (bahasa lisan) dan penggunaan bahasa secara tidak langsung (bahasa tulis).

E. SIMPULAN

Wujud campur kode dalam pemakaian bahasa Indonesia pada Wacana Iklan di Majalah *Teen* Tahun 2012 yaitu campur kode yang ditandai dengan adanya unsur yang berasal dari bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. Wujud campur kode tersebut berupa kata, frasa, klausa, dan ungkapan yang masing-masing terdiri dari campur kode yang berupa kata benda, kata sifat, kata kerja, dan kata keterangan. Wujud campur kode frasa yaitu frasa verbal, frasa nominal, frasa adjectival. Wujud campur kode yang berupa klausa yaitu klausa verbal, klausa nominal, klausa adjectival. Wujud campur kode idiom.

Faktor penyebab terjadinya campur kode dalam Wacana Iklan di Majalah *Teen* Tahun 2012 adalah latar belakang kebiasaan penulis mengungkapkan kata dalam bahasa Inggris yang terdapat dalam iklan tersebut. Penggunaan campur kode bahasa Inggris tersebut digunakan penulis agar pembaca lebih tertarik membeli produk yang telah ditawarkannya.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Mahsun. 2005. *Metodologi Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nababan. 1991. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijana, I Dewa Putu dan Rohmadi, Muhammad. 2010. *Sosiolinguistik Kajian Teori dan Analisis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.