

**ALIH KODE DAN CAMPUR KODE  
DALAM IKLAN ACARA RADIO RRI SURAKARTA**



**Skripsi**

**Oleh:**

**DEWI SETYORINI**

**K1207012**

**PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2012**

**ALIH KODE DAN CAMPUR KODE  
DALAM IKLAN ACARA RADIO RRI SURAKARTA**



Oleh:  
**DEWI SETYORINI**  
**K1207012**

**Skripsi**

**Ditulis dan Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidik  
Program Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni**

**PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2012**

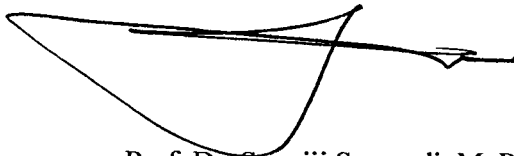
## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.



### Persetujuan Pembimbing

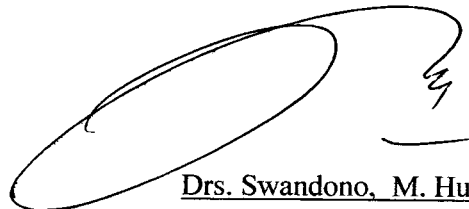
Pembimbing I,



Prof. Dr. Sarwiji Suwandi, M. Pd.

NIP 19620407 198703 1 00 3

Pembimbing II,



Drs. Swandono, M. Hum.

NIP 19470919 196806 1 001

## PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta dan diterima untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.

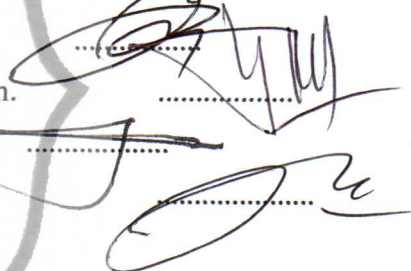
Pada hari : *Jumat*  
Tanggal : *3 februari 2012*

Tim Penguji Skripsi

Nama Terang

Ketua : Dr. Andayani, M.Pd.  
Sekretaris : Dr. Kundharu Saddhono, S.S, M. Hum.  
Anggota I : Prof. Dr. Sarwiji Suwandi, M. Pd.  
Anggota II : Drs. Swandono, M. Hum.

Tanda tangan



Disahkan oleh:

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Sebelas Maret Surakarta,  
Dekan,



Prof. Dr. H. M. Furgon Hidayatullah, M. Pd.

NIP 19600727 198702 1 001

## ABSTRAK

Dewi Setyorini. K1207012. **ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM IKLAN ACARA RADIO RRI SURAKARTA.** Skripsi. Surakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Februari 2012.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan (1) wujud alih kode dan campur kode dalam iklan acara radio RRI Surakarta. (2) Penyebab terjadinya alih kode dan campur kode dalam iklan acara radio RRI Surakarta. (3) Tujuan penggunaan alih kode dan campur kode dalam iklan acara radio RRI Surakarta. (4) Dampak penggunaan alih kode dan campur kode dalam iklan acara radio RRI Surakarta.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen berupa iklan acara yang dibuat dan disiarkan oleh Program 1 dan Program 2 RRI Surakarta, narasumber atau informan yaitu pembuat iklan acara radio RRI Surakarta dan pendengar. Sampel dokumen maupun informan diambil dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah rekam-catat dan wawancara mendalam. Validitas data yang digunakan adalah triangulasi teori, metode, dan sumber. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif (*interaktif model of analysis*).

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) ditemukan enam peristiwa alih kode yang berbentuk alih kode intern antarragam bahasa Jawa dan bahasa Indonesia, serta alih kode ekstern dari bahasa Indonesia ke bahasa asing. Campur kode yang ditemukan dalam penelitian ini sebanyak 34 peristiwa campur kode baik menggunakan unsur bahasa daerah maupun unsur dari bahasa asing. (2) Alih kode dan campur kode yang terjadi dalam iklan acara radio RRI Surakarta disebabkan oleh kesengajaan pengiklan. Penyebab yang melatar belakangi pengiklan melakukan alih kode dan campur kode adalah latar belakang budaya pendengar, latar belakang pembuat naskah iklan baik latar belakang sosiokultural maupun latar belakang pendidikan, tuntutan membuat iklan yang menarik, dan *target segmented* (sasaran dengar) acara yang diiklankan. (3) Tujuan penggunaan alih kode dan campur kode dalam iklan acara radio RRI Surakarta adalah untuk menarik perhatian dan minat pendengar untuk mengikuti acara yang diiklankan. (4) Penggunaan alih kode dan campur kode dalam iklan acara ini menghasilkan dampak positif yaitu bertambahnya ketertarikan pendengar terhadap acara yang diiklankan. Di sisi lain berdampak negatif karena mempersulit pemahaman pendengar yang kurang menguasai ragam bahasa yang digunakan dalam iklan.

## MOTTO

*Hazbunallah wa ni'mal wakiil.*

*(QS. Ali Imran: 173)*

*Berbicara adalah wilayah kepandaian, sedang mendengar adalah wilayah kebijakan. Jika cara membaca yang baik belum ramah kepada diri kita maka gunakanlah cara termudah untuk belajar yaitu mendengarkan.*

*(Mario Teguh)*



## PERSEMBAHAN



Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Ibu dan Bapakku tercinta yang tak lelah mendoakanku.
2. Mas Gok dan Mas Juli tersayang yang telah memberikan dukungan moral dan material.
3. Keluarga keduaku Kejora, Fahimer's, dan IPSI PD Purwodadi yang selalu memberi motivasi dan inspirasi.
4. Almarhumah Jumiyati.
5. Teman-teman Bastind '07
6. Almamater.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas nikmat sehat, rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret.

Penelitian dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan terimakasih dan pengharapan yang tulus kepada semua pihak yang telah turut membantu, terutama kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Furqon Hidayatullah, M. Pd., Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan izin penulisan skripsi ini.
2. Dr. Muh. Rohmadi, S. S., M. Hum., Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan izin dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. Andayani, M. Pd., Ketua Program Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan izin dalam penulisan skripsi ini.
4. Prof. Dr. Sarwiji Suwandi, M. Pd. selaku pembimbing skripsi I yang senantiasa sabar membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Drs. Swandono, M. Hum selaku pembimbing skripsi II yang selalu sabar memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dra. Suharyanti, M.hum selaku pembimbing akademik yang turut memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
7. Kepala bagian dan staf Layanan Usaha RRI Surakarta yang turut memberikan informasi dan data-data pendukung dalam skripsi ini.



8. Dosen dan rekan FKIP Bahasa dan Sastra Indonesia atas dukungan memberikan informasi yang dapat membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini serta tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan dunia pendidikan, khususnya dalam bidang bahasa Indonesia.



Surakarta, Februari 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL .....	i
PENGAJUAN .....	ii
PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN RELEVAN DAN KERANGKA BERPIKIR .....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Pustaka .....	9
1. Hakikat Iklan.....	9
2. Hakikat Iklan Radio .....	13
3. Hakikat Siaran Acara .....	18
4. Hakikat Sociolinguistik .....	21
5. Kedwibahasaan .....	25
6. Hakikat Alih Kode .....	26
7. Hakikat Campur kode .....	34
B. Penelitian yang Relevan.....	40

C. Kerangka Berpikir.....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	45
B. Bentuk dan Strategi Penelitian .....	45
C. Data dan Sumber Data .....	46
D. Teknik Pengambilan Data .....	47
E. Teknik Sampling .....	48
F. Validitas Data .....	48
G. Teknik Analisis Data .....	49
H. Prosedur Penelitian .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Deskripsi Data .....	52
B. Hasil Penelitian .....	53
1. Wujud Alih Kode dan Campur Kode dalam Iklan Acara	
Radio RRI Surakarta .....	53
a. Alih Kode .....	53
a.1 Iklan Fals Mania.....	53
a.2.Iklan Happy Hour.....	55
a.3.Iklan Panggung Subali Leno .....	57
a.4.Iklan Ketoprak Aryo Panangsang.....	59
a.5.Iklan Wayang Kulit Sang Regowo.....	61
a.6.Iklan Speak Up .....	64
a.7.Iklan Wayang Orang Bimo Brongsong.....	66
a.8.Iklan Wayang Kulit Anoman Lahir.....	68
b. Campur Kode.....	72
b.1.Iklan Beatles Mania.....	72
b.2.Iklan Ekspresi PRO 2.....	73
b.3.Iklan Jazzy Night.....	75
b.4.Iklan Remembering Michael Jackson .....	76
b.5.Iklan Happy Hour.....	76
b.6.Iklan Slow Rock Time .....	78

b.7.Iklan Smaradana.....	81
b.8.Iklan PRO 2 Justisia.....	81
b.9.Iklan Speak Up.....	82
b.10.Iklan Musik Plus .....	83
b.11.Iklan Srawung Projo.....	84
b.12.Iklan Dialog Suara Rakyat .....	85
2. Penyebab Terjadinya Alih Kode dan Campur Kode dalam Iklan Acara Radio RRI Surakarta .....	88
3. Tujuan Penggunaan Alih Kode dan Campur Kode dalam Iklan Acara Radio RRI Surakarta .....	92
4. Dampak Penggunaan Alih Kode dan Campur Kode dalam Iklan Acara Radio RRI Surakarta .....	93
C.Pembahasan .....	95
1. Wujud Alih Kode dan Campur Kode dalam Iklan Acara Radio RRI Surakarta .....	95
2. Penyebab Terjadinya Alih Kode dan Campur Kode dalam Iklan Acara Radio RRI Surakarta .....	98
3. Tujuan Penggunaan Alih Kode dan Campur Kode dalam Iklan Acara Radio RRI Surakarta .....	99
4. Dampak Penggunaan Alih Kode dan Campur Kode dalam Iklan Acara Radio RRI Surakarta .....	99
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....	101
A. Simpulan .....	101
B. Implikasi .....	103
C. Saran .....	105
DAFTAR PUSTAKA	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar no.	Halaman
Gambar 1. Kerangka Berpikir.....	42
Gambar 2. Model Analisis Interaktif .....	50



## DAFTAR TABEL

Tabel no.	Halaman
Tabel 1. Jadwal Kegiatan.....	45
Tabel 2. Deskripsi Data .....	52
Tabel 3. Wujud Alih kode dalam Iklan Acara Radio RRI Surakarta.....	70
Tabel 4. Rincian Iklan yang Mengandung Campur Kode .....	86
Tabel 5. Wujud Campur Kode dalam Iklan Acara Radio RRI Surakarta...	87



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran no.	Halaman
Lampiran 1. Proses Pembuatan Iklan Acara.....	110
Lampiran 2. Transkrip Iklan Acara.....	115
Lampiran 3. Pedoman Wawancara dengan Pengiklan .....	125
Lampiran 4. Pedoman Wawancara dengan Pendengar.....	126
Lampiran 5. Transkrip Wawancara dengan Informan .....	127
Lampiran 6. Daftar Informan.....	149
Lampiran 7. Ijin Penelitian.....	151

