

**CAMPUR KODE BAHASA IKLAN RADIO MOMEA FM DAN SRIWIJAYA
RADIO PALEMBANG**

Skripsi oleh:

Dedek Febriyana

Nomor Induk Mahasiswa 56071002010

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah

Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2013**

S
384.530 Y

2010/2011

Ded

C

2013



**CAMPUR KODE BAHASA IKLAN RADIO MOMEA FM DAN SRIWIJAYA
RADIO PALEMBANG**

Skripsi oleh:

Dedek Febriyana

Nomor Induk Mahasiswa 56071002010

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah

Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni



FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

PALEMBANG

2013

**CAMPUR KODE BAHASA IKLAN RADIO MOMEA FM PALEMBANG DAN
SRIWIJAYA RADIO PALEMBANG**

Skripsi Oleh

Dedek Febriyana

Nomor Induk Mahasiswa 56071002010

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah

Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni

Disetujui

Pembimbing 1



Drs. R.H.M. Ali Masri, M.Pd.

NIP 196803051994121001

Pembimbing 2

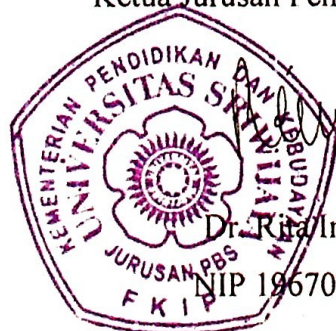


Santi Oktarina, S.Pd., M.Pd.

NIP 198010012002122001

Disahkan

Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni




Dr. Rita Inderawati, M.Pd.

NIP 1967042619991032002

Telah diujikan dan lulus pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 23 November 2013

TIM PENGUJI

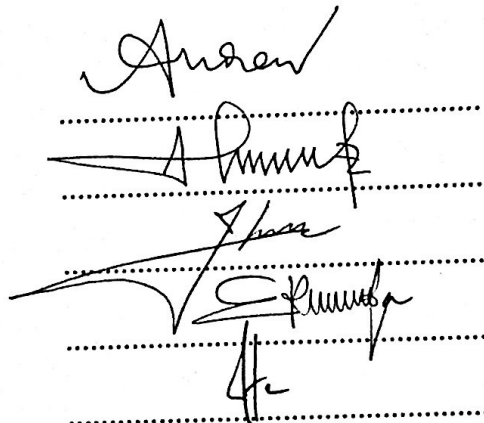
Ketua : Drs. R. H.M Ali Masri, M.Pd.

Sekretaris : Santi Oktarina, S.Pd., M.Pd.

Anggota : Dra. Hj. Zahra Alwi, M.Pd.

Anggota : Ernalida, S.Pd., M.Hum.

Anggota : Drs. Ansori, M.Si.



Handwritten signatures of the examiners, including the name 'Ansori' at the top, followed by four other signatures, each on a dotted line.

Palembang, Desember 2013

Diketahui oleh

Ketua Program Studi

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia



Handwritten signature of the program head, consisting of a stylized vertical line with a horizontal stroke at the bottom.

Drs. Ansori, M.Si.

NIP 196609191994031002

Kupersembahkan Kepada:

1. *Kedua orang tua saya. Ayahanda M. Ardan dan Ibunda Misning, yang telah membesarkan, mendoakan, dan memberikan dukungan yang luar biasa kepada saya. Support yang besar kepada saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini, bahkan kerelaannya yang hampir setiap malam menemani saya. Terima kasih abi wa ummi. Hanya Allah yang bisa membalas dengan Jannah-Nya. Tanpa Ayahanda dan Ibunda, saya bukan siapa-siapa dan tidak akan menjadi apa-apa.*
2. *Kakanda Ardiansyah dan Adinda M. Azizurahman yang selalu membantu dalam proses pembuatan skripsi.*
3. *Untuk Hadi Firmansyah yang selalu memberikan semangat.*
4. *Keluarga besar Hj. Pian Walim dan M. Zawawi.*
5. *Semua dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, khususnya Bapak R.H.M. Ali Masri, M.Pd., dan Ibu Santi Oktarina, S.Pd., M.Pd., yang telah memberikan bimbingan yang luar biasa kepada saya.*
6. *Orang-orang terdekat, sahabat dan teman-teman seperjuangan, khususnya Pak Noto yang selalu membantu dan memberikan kemudahan, Hijrah Mila Mardiah, Erica Rama Sari, Yetty Fatma Sari dan semua angkata PBSID.*
7. *Keluarga besar Radio Momea FM Palembang serta keluarga besar ConocoPhillips and Contractor Employee.*
8. *Almamaterku.*

Motto:

- *Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu. Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar. (Albaqarah:153)*
- *Hanya orang-orang gila yang mengharapkan hasil berbeda, tetapi menggunakan cara-cara yang sama (Albert Einstein).*

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sriwijaya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Drs. R.H.M. Ali Masri, M.Pd. dan Santi Oktarina, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran dan tenaga, dan senantiasa memberikan dukungan, kritik, perhatian, dan motivasi selama membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bpk. Sofendi, M.A., Ph.D., Dekan FKIP Unsri, Ibu Dr. Rita Indrawati, M.Pd., Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa Dan Seni, Bpk. Drs. Ansori, M.Si., Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Seni, dan staf administrasi yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan skripsi ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh Dosen FKIP Unsri, khususnya dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Seni yang senantiasa memberikan ilmu dan motivasi sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Rasa terima kasih juga penulis ucapkan untuk kedua orang tua yang selalu sabar dan senantiasa mendoakan dan teman-teman seperjuangan yang telah memberi motivasi dan bantuan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengajaran bahasa dan sastra indonesia dan daerah pada khususnya serta pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Penulis,

Dhe

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dedek Febriyana

NIM : 56071002010

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Dengan ini saya nyatakan bahwa skripsi dengan judul “Campur Kode Bahasa Iklan Radio Momea FM dan Sriwijaya Radio Palembang’ ini seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruann Tinggi. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran dan atau oengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini.



Palembang, Desember 2013

Dedek Febriyana

NIP 56071002010

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMA KASIH	
DAFTAR ISI	
ABSTRAK	
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Campur Kode	9
2.2 Ciri-ciri Campur Kode	10
2.3 Jenis-jenis Campur Kode	10
2.4 Wujud Campur Kode	11
2.4.1 Penyisipan Bentuk Kata	11
2.4.2 Penyisipan Bentuk Frasa	12
2.4.3 Penyisipan Bentuk Reduplikasi	13
2.4.4 Penyisipan Bentuk Baster	13
2.4.5 Penyisipan Bentuk Idiomatis	13
2.4.6 Penyisipan Bentuk Klausa	14
2.5 Tujuan Penggunaan Campur Kode	14
2.6 Faktor Penyebab Campur Kode	17
2.7 Iklan	17
2.8 Jenis Iklan	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Sumber Data	20
3.2 Teknik Pengumpulan Data	20

3.3 Teknik Analisis Data	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Hasil Penelitian	23
4.1.1 Jenis Campur Kode dalam Iklan Radio Momea FM dan Sriwijaya FM	23
4.1.1.1 Jenis Campur Kode di Radio Momea FM	23
I. Campur Kode <i>Intern</i>	23
II. Campur Kode <i>Ekstern</i>	45
4.1.1.2 Jenis Campur Kode di Radio Sriwijaya FM	87
I. Campur Kode <i>Intern</i>	87
II. Campur Kode <i>Ekstern</i>	96
4.1.2 Wujud Campur Kode Radio Momea FM dan Sriwijaya FM	99
4.1.2.1 Wujud Campur Kode Radio Momea FM	99
I. Penyisipan Bentuk Kata	99
II. Penyisipan Bentuk Frasa	104
III. Penyisipan Bentuk Ulang atau Reduplikasi	107
IV. Penyisipan Bentuk Baster	109
V. Penyisipan Bentuk Klausa	110
4.1.2.2 Wujud Campur Kode Radio Sriwijaya FM	111
I. Penyisipan Bentuk Kata	112
II. Penyisipan Bentuk Frasa	114
III. Penyisipan Bentuk Ulang atau Reduplikasi	115
IV. Penyisipan Bentuk Baster	117
V. Penyisipan Bentuk Klausa	117
4.1.3 Tujuan Campur Kode Radio Momea FM dan Sriwijaya FM	118
4.1.3.1 Tujuan Campur Kode di Radio Momea FM	118
4.1.3.2 Tujuan Campur Kode di Radio Sriwijaya FM	120
4.2 Pembahasan	121
4.3 Implikasi Pada Pembelajaran	125

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	127
5.2 Saran	128

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Menurut Chaer (2009:30), bahasa dapat dikatakan sebagai satu sistem lambang yang bersifat arbitrer. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa pada mulanya diciptakan atas dasar kesepakatan sosial yang kemudian lazim ditambahkan dengan bahasa lain yang digunakan oleh sekelompok orang atau anggota masyarakat untuk berinteraksi dan mengidentifikasi diri. Melalui penguasaan bahasa, manusia dapat mengetahui isi dunia melalui ilmu dan pengetahuan-pengetahuan yang belum pernah terbayangkan sebelumnya.

Berdasarkan media yang digunakan untuk menghasilkan bahasa, bahasa dapat dibedakan dalam dua macam ragam bahasa yaitu, ragam bahasa lisan dan ragam bahasa tulis. Ragam bahasa lisan adalah bahasa yang dihasilkan dengan menggunakan alat ucap (*organ of speech*) dengan fonem sebagai unsur dasar. Sedangkan, ragam bahasa tulis adalah bahasa yang dihasilkan dengan memanfaatkan tulisan dengan huruf sebagai unsur dasarnya (Chaer, 2004: 72).

Salah satu media yang digunakan sebagai sarana penyampaian informasi adalah radio. Informasi yang disampaikan dapat berupa gagasan, pertukaran opini, hiburan, pendidikan dan periklanan masyarakat. Dalam menyampaikan informasi, penyiar biasanya didukung oleh *script writer* yang tugasnya sebagai penyedia info dan *copy writer* yang bertugas sebagai pembuat iklan. Dalam proses penyampain informasi, baik berupa siaran radio ataupun iklan radio, penyiar dan *copy writer* biasanya menggunakan lebih dari satu bahasa bahkan biasanya menyisipkan serpihan-serpihan bahasa daerah atau bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia. Hal itu bertujuan untuk menciptakan suasana yang tidak membosankan sehingga mampu meningkatkan kenikmatan pendengar dan menarik minat dengar orang.

Sebagai alat komunikasi, radio membutuhkan iklan sebagai alat untuk meningkatkan pemasukan keuangan dan sebagai eksistensi radio. Menurut Neni (2012), dalam radio terdapat tiga jenis iklan, yaitu *spot*, *adlibs*, dan sponsor program acara. *Spot* adalah iklan yang berbentuk narasi atau dialog yang sudah direkam terlebih dahulu dan bisa diputarkan beberapa kali dalam satu hari. *Adlibs* adalah iklan yang dibacakan secara langsung oleh penyiar, iklan dalam bentuk *adlibs* biasanya berupa narasi. Sedangkan, sponsor program adalah iklan yang berbentuk narasi atau dialog yang bertujuan untuk mempromosikan sebuah acara radio.

Dalam penelitian ini, jenis iklan yang berupa *adlibs* dan *spot* digunakan sebagai sumber data. Iklan menjadi sumber data dalam penelitian ini karena iklan dalam radio tersebut menggunakan bahasa yang sangat menarik. Selain itu, dalam bentuk atau jenis iklan, radio lebih memiliki variasi iklan daripada televisi dan surat kabar. Di televisi, iklan yang berupa *adlibs* hanya terdapat di program-program tertentu, seperti kuis, *talkshow* dan porogram yang disponsori langsung oleh iklan tersebut. Sedangkan, di surat kabar hanya berupa teks atau tidak memiliki *spot* iklan dan iklan *adlibs*.

Dalam menyampaikan informasi bentuk iklan radio biasanya menggunakan bermacam-macam bahasa dan mencampurkannya menjadi satu. Salah satu contoh penggunaan bahasa yang digunakan dalam *adlibs* “*In Love with Jazz*” di Radio Momea FM Palembang yang transliterasi dapat dilihat pada kutipan berikut.

In Love with Jazz di *The Arista* Hotel Palembang. Selasa, 14 Februari 2012. Nikmati malam *Valentine* bersama *TheextraLARGE* Band *jazzband* dari Jakarta yang telah berpengalaman tampil di berbagai *festivalJazz* tanah air. Dengan suasana *lounge* yang nyaman dan *buffet cocktail food* di *The Arista Ballroom*. Untuk informasi dan *reserveshubungi* 0711-355000, atau kunjungi www.aristapalembang.com.
PoweredbyTelkomsel BlackBerry® (Kamis, 9 Februari 2012)

Pada kutipan di atas, selain bahasa Indonesia terdapat kata-kata asing yang merupakan bagian kemahiran *copy writer* dalam pembuatan iklan. Jika kutipan dari

bahasa iklan tersebut dihubungkan dengan tujuan penggunaan campur kode, maka terlihat bahwa campur kode dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan intelektualitas dalam penguasaan bahasa khususnya bahasa asing dan atau bahasa Inggris. Contohnya, penggunaan kata *reserves* lebih dipilih daripada penggunaan kata *pemesanan*. Disisi lain, penggunaan campur kode yang dilakukan dalam iklan tersebut termasuk dalam jenis campur kode ke luar (*ekstern*). Hal ini secara langsung membuktikan bahwa dalam iklan di radio masih banyak terjadi peristiwa campur kode.

Di Sriwijaya Radio, iklan juga ditemukan dalam bentuk *spot* dan *adlibs*. Salah satu contoh *spot* Honda di Sriwijaya Radio yang transliterasi dapat dilihat sebagai berikut:

Jaman sekarang, tua atau muda belum *cool* kalo belum pakai Honda. Standar pemerintah, *helm in*, irit bensin dan harga terjangkau. Dapatkan diskon 10 persen untuk pembelian sebelum akhir Maret 2012. *Buruan* ya, sebelum kehabisan karena Honda satu-satunya motor segala usia. (Senin, 12 Maret 2012)

Pada kutipan di atas terdapat kata-kata asing dan penyisipan bentuk kata yang tidak terdapat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Helm in* 'tempat penyimpanan helm', *cool* 'bagus', dan bahasa Betawi *buruan* 'lebih cepat', *kalo* 'kalau'. Jenis campur kode yang digunakan dalam iklan di atas adalah jenis campur kode *intern* dan *ekstern*.

Keanekaragaman bahasa yang digunakan oleh *copy writer* dalam pembuatan iklan baik berupa *spot* maupun *adlibs* radio dapat menimbulkan ciri khas radio atau eksistensi radio. Berdasarkan hasil wawancara langsung pada tanggal 11 Februari 2012, dengan salah satu penyiar Sriwijaya Radio, Bitoh, mengungkapkan bahwa keanekaragaman variasi bahasa di dalam siaran terutama iklan radio dilakukan karena penyiar dan *copy writer* radio berusaha menyampaikan informasi sesuai dengan segmen usia pendengar dan menarik perhatian para pendengarnya. Seorang pembuat iklan (*copy writer*) biasanya mempunyai karakteristik atau ragam atau dialek bahasa.

Hal itu bertujuan untuk menciptakan suasana yang tidak membosankan sehingga mampu meningkatkan kenikmatan pendengar dan menarik minat dengar orang.

Jika dibandingkan dengan televisi, radio merupakan siaran audio yang hanya berwujud variasi suara dalam bentuk bahasa, hal yang lebih ditonjolkan adalah kemampuan *copy writer* dalam memilih suara yang akan digunakan dalam pembuatan iklan (*voice over*), mengolah suara dan menggunakan variasi bahasa. Variasi bahasa dalam iklan yang ditimbulkan oleh *copy writer* radio dapat menyebabkan penggunaan lebih dari satu bahasa untuk memperluas ragam bahasa, seperti kata, klausa, dan idiom. Dalam penyampaianya, iklan radio tidak hanya menggunakan satu ragam bahasa atau satu dialek, tetapi juga bercampur dari satu kode ke dalam kode yang lainnya. Hal tersebut dapat dimaknai sebagai peristiwa campur kode (Ohoiwutun, 2007:69). Oleh karena itu, campur kode tersebut perlu diteliti penyebab, wujud dan tujuan campur kode yang dilakukan dalam pembuatan iklan di Radio Momea FM dan Sriwijaya Radio Palembang.

Penelitian campur kode masih perlu dilakukan karena ragam bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari pada kenyataannya sering menggunakan lebih dari satu bahasa dan sering menggunakan bahasa yang tidak formal (Chaer, 2004:118). Jika dihubungkan dengan iklan, iklan di radio sering menggunakan ragam bahasa yang tidak formal. Dengan demikian, dapat dikatakan telah terjadi penyimpangan fungsi bahasa. Selain itu, Fasold (dalam Chaer, 2004:117) menambahkan bahwa jalan terbaik sampai saat ini untuk membicarakan peristiwa campur kode adalah dengan cara melakukan penelitian langsung.

Di kota Palembang terdapat beberapa stasiun radio swasta yang termasuk dalam PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia), diantaranya adalah Momea FM, Elita FM, SPI FM, Play FM, Lanugraha FM, Sriwijaya Radio, *Female* FM, dan *Global* FM. Radio-radio tersebut memiliki perbedaan, ada yang merupakan radio remaja, radio daerah sampai dengan radio budaya. Berdasarkan jenis-jenis radio tersebut, ada dua jenis radio yang menjadi objek penelitian, yaitu

Radio Momea FM pada gelombang 104.2 FM dan Sriwijaya Radio pada gelombang 94.3 FM.

Radio Momea FM dipilih sebagai objek penelitian karena terpilih sebagai radio anak muda yang memiliki *rating* iklan terbanyak dan sudah sangat terkenal di kota Palembang bahkan di luar Palembang berdasarkan hasil data AC Nilsen. Hal tersebut terlihat dari jumlah iklan yang setiap hari hampir mencapai 35 *spot* dan mencapai 30 *adlibs* dalam kurun waktu 20 jam *on air* (terhitung dari jam 06.00 WIB s.d. 02.00 WIB). Selain itu, berdasarkan hasil wawancara langsung pada tanggal 2 Maret 2012, dengan *Assistant Program Director* Momea FM, Karen Brenden, mengungkapkan bahwa Radio Momea merupakan radio dengan *rating* nomor satu sebagai stasiun radio remaja di kota Palembang berdasarkan AC Neilsen. Karen juga menambahkan bahwa jumlah iklan yang ada di Radio Momea FM sangat banyak, sehingga harus dibagi menjadi 2 sampai dengan 3 kali pemutaran (*slot*).

Sriwijaya Radio dipilih karena satu-satunya radio yang memiliki konsentrasi sebagai pelestari budaya Palembang (Ramadhan, 2011). Radio yang memiliki format sebagai penggali potensi budaya Palembang lebih banyak menggunakan bahasa Palembang dalam menghantarkan materi siaran dan iklannya. Hal ini dilakukan manajemen radio agar pendengar atau *audience* dapat merasakan budayanya sendiri, berkesenian dengan tradisinya, bertutur dan berdialog dengan bahasanya sendiri. Sriwijaya Radio juga masih yang paling dominan sebagai penjujung tinggi etnik Palembang. Berdasarkan hasil wawancara (4 Maret 2012) dengan bagian *trafict*, Kristian, menyatakan bahwa Sriwijaya Radio masuk dalam jaringan etnikom *network* bersama radio luar kota yang memiliki jaringan sebanyak 14 radio dan tersebar di seluruh Indonesia dan semuanya memiliki konsentrasi pada budaya daerah sesuai dengan jaringan etnikom berada. Radio ini memiliki iklan yang berupa *spot* dan *adlibs* mencapai 10 iklan dan harus diputarkan dan dibacakan mulai dari jam 06.00 WIB sampai dengan Jam 24.00 WIB.

Penelitian mengenai iklan juga sudah pernah dilakukan oleh Imaryana (2005) yang meneliti penggunaan istilah bahasa asing dalam iklan surat kabar Sumatera

Ekspress. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan istilah asing dalam berita politik pada surat kabar Sumatera Ekspress periode Oktober s.d. Desember 2005 adalah sebanyak 1.101 dengan jumlah 147 berita, sedangkan dalam pemaknaan penggunaan istilah asing dalam berita politik pada surat kabar tersebut adalah makna efektif dan makna konotasi.

Suryani (2009) juga melakukan penelitian yang serupa, tetapi ia hanya meneliti campur kode bahasa penyiari radio swasta fm di kota Palembang. Sampel dari penelitian ini adalah Radio Oz Fm dan Radio Elita FM. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat jenis campur kode *intern* dan *ekstern* di dua radio tersebut. Berdasarkan wujud campur kode yang dilakukan oleh kedua radio tersebut terdapat penyisipan kata, frasa, bentuk reduplikasi, klausa, dan penyisipan bentuk baster. Kelemahan dari penelitian ini adalah peneliti melakukan penelitian terhadap dua radio yang tidak memiliki perbedaan segmen pendengar, yaitu sama-sama radio remaja. Selain itu, peneliti juga tidak menemukan kata-kata khas (kata-kata khusus yang digunakan oleh penyiari radio swasta yang diteliti) yang termasuk dalam campur kode.

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Imaryani dengan penelitian ini adalah sumber datanya. Data penelitian yang dilakukan oleh Imaryana adalah penggunaan istilah dalam iklan surat kabar *Sumatera Ekspress* (2005), sedangkan dalam penelitian ini objek kajiannya adalah campur kode dalam iklan radio swasta di kota Palembang. Persamaannya adalah sama-sama membahas mengenai iklan. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Imaryana, perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryani (2009) adalah objek penelitian dan lokasi yang diteliti. Dalam penelitian Suryani, objek yang dikaji adalah program siaran, sedangkan dalam penelitian ini lebih dipusatkan pada campur kode dalam iklan. Selain itu, perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Suryani meneliti dua stasiun radio yang berbeda, yaitu Radio Oz FM dan Radio Elita FM, sedangkan pada penelitian ini adalah Radio Momea FM dan Sriwijaya Radio Palembang. Persamaan

penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryani (2009) adalah sama-sama meneliti campur kode di radio.

2. Masalah

Masalah dalam penelitian ini adalah

- 1) Jenis campur kode apa saja yang digunakan dalam iklan Radio Momea FM dan Sriwijaya Radio di kota Palembang?
- 2) Wujud campur kode apa saja yang digunakan dalam iklan Radio Momea FM dan Sriwijaya Radio di kota Palembang?
- 3) Apa tujuan campur kode yang digunakan dalam iklan Radio Momea FM dan Sriwijaya Radio di kota Palembang?

3. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis campur kode, wujud campur kode, dan tujuan penggunaan campur kode dalam iklan Momea FM dan Sriwijaya FM Palembang.

4. Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan teori terhadap perkembangan bahasa khususnya penggunaan unsur bahasa asing dan campur kode. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bahan referensi bagi para siswa, misalnya untuk pembelajaran sosiolinguistik, bagi mahasiswa digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian bahasa, dan bagi guru dapat menjadi bahan ajar mengenai sosiolinguistik.
- 2) Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan bermanfaat bagi para penggemar jurnalistik dan *broadcasting*.
- 3) Dalam pendidikan dan pembelajaran, sosiolinguistik mempunyai peranan yang besar yaitu menangani masalah pendidikan dan pengajaran bahasa, sebab

pendidikan dan pengajaran bahasa tidak akan lepas dari masalah-masalah sosial dan budaya pada saat pengajaran itu berlangsung. Sociolinguistik dapat dimanfaatkan dalam berkomunikasi atau berinteraksi. Sociolinguistik akan memberikan pedoman dalam berkomunikasi dengan menunjukkan bahasa, ragam bahasa, atau gaya bahasa yang harus digunakan jika berbicara dengan orang tertentu. Hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi pendidikan guna untuk perkembangan bahasa khususnya variasi bahasa yang terdapat dalam iklan.

DAFTAR PUSTKA

- Agustrianto, 2002. *Copywriting: Mengesahkan Kreativitas an Memahami Bahasa dan Iklan*. Bandung: Rosda.
- Bakhtiar, Siful. 2011. *Jadi Penyiar Radio*. Yogyakarta: Indonesia Cerdas.
- Chaer, Abdul. 2009. *Psikolinguistik Kajian Teoretik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Chaer, Abdul dan Leoni Agustin. 2004. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Imaryani. 2005. *Alih Kode dan Campur Kode dalam Buletin Salam*. http://pusatbahasa.depdiknas.go.id/lamanv4/halaman_statik/32?q=detail_penelitian/737. Diakses tanggal 13 Mei 2010.
- Kridalaksana. 2010. Analisis Alih Kode dan Campur Kode dalam Cerpen. <http://syaifulmunkari.blogspot.com/2010/01/analisis-alih-kode-dan-campur-kode.html>. Diakses tanggal 13 Mei 2010.
- Lubis, A. Hamid Hasan. 1993. *Analisis Wacana Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Madjadikara, Agus. 2005. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode dan Tekniknya*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Neni. 2010. Jenis Iklan Radio. <http://classyfm.co.id>. Diakses tanggal 21 Februari 2012.
- Ohoiwutun, Paul. 2007. *Sosiolinguistik Memahami Bahasa Dalam Konteks Masyarakat dan Kebudayaan*. Jakarta: Kesaint Blanc.
- Ramadhan. 2011. Sriwijaya FM, Radio Pelestari Budaya Wong Kito. <http://sumselpost.com>. Diakses tanggal 1 Maret 2012.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*. Yogyakarta: Dua Wacana University Press.

Suryani, Nanang. 2009. *Campur Kode Bahasa Penyiar Radio Swasta Fm di Kota Palembang*. Palembang: Universitas Sriwijaya.

Sutanto, Sunaryati. 1995. *Alih Kode dan Campur Kode dalam Ragam Jurnalistik*. Fakultas Sastra Universitas Sebelas Maret: Surakarta.

Suwito. 1983. *Pengantar Awal Sociolinguistik dan Problema*. Surakarta: Henari Offset.

Wardana, Ega. 2009. *Sukses Menjadi Penyiar Radio Profesional*. Yograkarta; CV. Andi Offset