

## **Analisis Alih Kode dan Campur Kode dalam Iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang**

Oleh: Samsul Arifin

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Jawa

[samsularifin64@gmail.com](mailto:samsularifin64@gmail.com)

**Abstrak:** Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah (1) untuk mendeskripsi bentuk campur kode yang berupa kata, frasa, pengulangan kata, baster dan klausa dalam tuturan iklan radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang dan (2) bentuk alih kode antarbahasa dalam iklan radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah berupa seluruh tuturan dalam iklan radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik rekam yang dibantu dengan *handphone* serta teknik catat pada kartu data. Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri sebagai instrumen utama, dengan menggunakan bantuan alat berupa *handphone*, nota pencatat data beserta alat tulisnya, serta laptop. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana. Teknik penyajian hasil analisis data menggunakan teknik informal. Hasil penelitian yang ditemukan adalah, pertama wujud Alih kode dalam iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang ditemukan 5 peristiwa alih kode antar bahasa, yang kedua wujud Campur kode dalam iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang ditemukan 41 peristiwa campur kode. a) Peristiwa campur kode yang berwujud kata 28 buah indikator, b) Peristiwa campur kode yang berwujud frasa 4 buah indikator, c) Peristiwa campur kode yang berwujud pengulangan kata 2 buah indikator, d) Peristiwa campur kode yang berwujud baster 6 buah indikator, e) Peristiwa campur kode yang berwujud klausa 1 buah indikator.

Kata Kunci: alih kode, campur kode, iklan radio.

### **Pendahuluan**

Bahasa merupakan suatu sistem vokal simbol yang bebas yang dipergunakan oleh anggota masyarakat untuk berinteraksi. Bahasa memungkinkan manusia untuk saling berhubungan ataupun berkomunikasi, saling belajar dari orang lain, dan saling memahami orang lain. Melalui bahasa, seseorang akan dapat mengungkapkan sesuatu yang ingin dikemukakannya, sehingga lawan tuturnya akan memahami maksud ungkapan yang dikemukakan oleh lawan tutur tersebut. Dengan demikian, manusia tidak dapat terlepas dari bahasa.

Sosiolinguistik memandang bahasa (*language*) pertama-tama sebagai sistem sosial dan sistem komunikasi serta merupakan bagian dari masyarakat dan kebudayaan tertentu. Dengan demikian, memandang bahasa tidak saja dari sudut penuturnya, tetapi juga dari sudut pendengarnya. Dari segi penggunaannya, bahasa dapat menimbulkan keberagaman juga. Istilah penggunaan di sini adalah orang atau penutur

bahasa yang bersangkutan. Pemakaian bahasa di dalam masyarakat, dewasa ini semakin bervariasi.

Media yang merupakan tempat bertukar informasi memungkinkan terjadi gejala alih kode dan campur kode di dalamnya. Salah satu jenis media komunikasi yang dapat membantu mempermudah komunikasi antarmanusia yaitu radio, karena dapat digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat.

Radio merupakan media massa yang mudah dan murah, karena hanya dengan membeli perangkat radio tanpa harus membayar iuran hiburan dan informasi bisa didapatkan. Media radio banyak dipilih masyarakat karena dalam kenyataannya mendengarkan radio tidak menyita waktu dan tempat. Media radio tidak hanya soal hiburan dan penyampaian informasi semata. Di dalamnya juga terdapat persaingan antar sponsor acara yang berupa periklanan. Iklan merupakan salah satu jenis dan bentuk siaran dalam radio yang biasanya diputar setiap jeda acara, terutama pada acara yang memiliki rating tinggi. Terkadang iklan memberi hiburan tersendiri bagi pendengarnya dengan kemasan yang unik dan mudah diingat baik dari ilustrasi musik maupun bahasa yang digunakan. Dengan demikian, bahasa iklan di radio harus dapat menarik konsumen, supaya orang yang mendengar dapat tertarik pada produk yang ditawarkan. Menurut Wright, iklan merupakan proses komunikasi yang mempunyai kekuatan penting sebagai sarana pemasaran, membantu layanan serta gagasan dan ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang bersifat persuasif (Mulyana, 2005: 63-64).

Pada penelitian ini penulis memilih stasiun Radio Merapi Indah FM Magelang sebagai tempat penelitian. Pada siaran di Radio Merapi Indah FM Magelang tidak jarang bahasa yang digunakan adalah bahasa Jawa. Bahasa Jawa yang digunakan untuk berkomunikasi di radio merupakan cerminan bahasa masyarakat. Bahasa yang merupakan cerminan bahasa dari masyarakat dapat menyebabkan gejala sosial, yang tidak dapat dilepaskan dari pemakaiannya.

Selain menyiarkan acara hiburan dan menyampaikan informasi, di dalam siaran radio Merapi Indah FM juga terdapat berbagai macam iklan. Selain untuk menarik konsumen, bahasa yang digunakan dalam iklan radio Merapi Indah FM juga

dimaksudkan untuk menghibur para pendengar, karena tidak jarang bahasa yang digunakan menggunakan bahasa Jawa dialek khas Magelang yang terkesan lucu dan humoris. Keberagaman penggunaan bahasa yang lebih dari satu bahasa tersebut menimbulkan variasi atau ragam bahasa. Bentuk variasi bahasa yang ada adalah alih kode dan campur kode. Alih kode adalah peristiwa peralihan dari satu kode ke kode yang lain dalam suatu peristiwa tutur, sedangkan campur kode adalah menyelipkan unsur-unsur bahasa lain ketika sedang memakai bahasa tertentu. Alih kode dan campur kode timbul akibat dari penggunaan bahasa dalam berkomunikasi. Hal ini hanya terjadi dalam masyarakat multilingual yaitu masyarakat yang menggunakan dua bahasa atau lebih. Alih kode dan campur kode juga dapat terjadi jika penutur menyelipkan bahasa lain ketika menggunakan bahasa tertentu dalam pembicaraannya. Unsur-unsur yang diambil dari bahasa lain itu sering kali berwujud kata, frasa, perulangan kata, idiom, maupun klausa. Peralihan alih kode dan campur kode dapat dilihat dalam pemakaian bahasa secara lisan maupun tulisan. Pada penelitian ini bentuk alih kode dan campur kode yang penulis teliti adalah alih kode dan campur kode yang berbentuk tuturan (lisan), karena objek dari penelitian ini adalah tuturan yang terdapat dalam iklan radio Merapi Indah FM Magelang.

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Ismawati (2011: 112) berpendapat data deskriptif kualitatif yakni digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Dalam penelitian ini, subjek penelitian berupa iklan di radio *Merapi Indah* FM Kabupaten Magelang. Objek dalam penelitian ini meliputi kutipan-kutipan alih kode dan campur kode yang terdapat di dalam iklan di radio *Merapi Indah* FM Kabupaten Magelang. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik simak yang mempunyai teknik lanjutan berupa teknik rekam dan teknik catat. Instrumen penelitian ini adalah peneliti sendiri, handphone dan kartu data. Penelitian yang penulis lakukan terhadap iklan di radio *Merapi Indah* FM Kabupaten Magelang merupakan penelitian kualitatif dengan analisis wacana. Teknik

penyajian hasil analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penyajian informal.

## Hasil Penelitian

Dalam pembahasan data ini, penulis akan membahas data-data peristiwa alih kode dan campur kode pada iklan di radio Merapi Indah FM Kabupaten Magelang.

### 1. Alih Kode

Alih kode ialah peristiwa peralihan dari kode yang satu ke kode yang lain. Apabila alih kode itu terjadi antar bahasa-bahasa daerah dalam satu bahasa nasional, atau antara dialek-dialek dalam satu bahasa daerah atau antara beberapa ragam dan gaya yang terdapat dalam satu dialek, alih kode seperti itu disebut bersifat intern. Apabila yang terjadi adalah antarbahasa asli dengan bahasa asing, disebut alih kode ekstern. Alih kode yang di temukan sebagai berikut :

#### a. Alih Kode Intern

Alih kode intern adalah kode yang terjadi antara dialek-dialek dalam satu bahasa daerah atau antar ragam dan gaya bahasa yang terdapat dalam satu dialek. Dalam suatu wilayah tertentu biasanya penutur mempunyai kemampuan menggunakan lebih dari satu variasi bahasa. Peristiwa alih kode intern yang di temukan dalam tuturan iklan Radio Merapi Indah 104,9 FM kabupaten Magelang di temukan 5 alih kode sebagai berikut :

#### **Konteks :**

Penutur I : "Tak kandani".

Penutur II : "Kosek!"

Penutur I : ***"Sekarang kalau mau belanja di HS Toserba aja komplit-plit bu. Pakaian anak sampai dewasa, perlengkapan bayi klontong sembako semua lengkap, alat tulis juga ada bu".***  
(HS Toserba)

Terjemahan :

Penutur I : "saya kasih tahu".

Penutur II : "sebentar!"

Penutur I : ***"Sekarang kalau mau belanja di HS Toserba aja komplit-plit bu. Pakaian anak sampai dewasa, perlengkapan bayi, klontong sembako semua lengkap, alat tulis juga ada bu".***

Data tuturan (1) di atas merupakan alih kode antarbahasa, dari bahasa Jawa ke bahasa Indonesia. Hal tersebut ditandai dengan perubahan tuturan penutur 1. Peralihan kode pada tuturan di atas yang dilakukan oleh penutur 1 *tak kandani 'saya kasih tahu'* yang kemudian beralih kode ke bahasa Indonesia *'sekarang kalau mau belanja di HS Toserba aja komplit-plit bu. Pakaian anak sampai dewasa, perlengkapan bayi, klontong sembako semua lengkap, alat tulis juga ada bu'* untuk menjelaskan kepada istrinya bahwa kalau mau belanja di HS Toserba aja sudah komplit dan murah. Peristiwa alih kode tersebut terjadi karena faktor kedwibahasaan yang dimiliki oleh penutur.

## 2. Campur Kode

Peristiwa campur kode adalah apabila di dalam suatu peristiwa tutur, klausa-klausa maupun frase-frase yang digunakan terdiri dari klausa dan frase campuran (*hybrid clauses, hybrid phrases*), dan masing-masing klausa atau frase itu tidak lagi mendukung fungsi-fungsi sendiri. Campur kode yang di temukan sebagai berikut :

### a. Penyisipan unsur-unsur berwujud kata

Kata adalah unsur bahasa yang diucapkan atau dituliskan yang merupakan perwujudan kesatuan perasaan dan pikiran yang dapat digunakan dalam berbahasa, atau deretan huruf yang diapit oleh dua buah spasi dan mempunyai arti. Penyisipan unsur-unsur yang berwujud kata dalam tuturan iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang ditemukan 28 kata.

#### Konteks:

*"Wahh, nek ngene iki ya kangelan, blanja sembako kok juk arep muter-muter golek baju. Heemm. Marai kesel, wegah aku mas!"*(Abadi Mart and Fashion)

Terjemahan:

'wah, kalau gini ya kesusahan, belanja sembako kok terus mau muter-muter cari baju. Heemm buat capek tidak mau aku mas'

Pada data (1) terjadi peristiwa campur kode kata bahasa Indonesia ke dalam bahasa Jawa. Hal tersebut terlihat dari penggunaan kata *baju*. Penggunaan kata *baju* sebenarnya dapat diganti dengan bahasa Jawa oleh penutur. Dalam

tuturan ini, penutur menggunakan kata *baju* dimaksudkan bahwa si penutur tidak mau muter-muter cari baju kepada penutur sebelumnya. Apabila kata *baju* diubah ke dalam bahasa Jawa menjadi '*klambi*'.

#### b. Penyisipan unsur-unsur berwujud frasa

Frasa merupakan satuan gramatikal yang berupa gabungan kata yang bersifat *non predikatif* atau gabungan kata yang mengisi salah satu fungsi sintaksis di dalam kalimat. Penyisipan unsur-unsur yang berwujud frasa dalam tuturan iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang ditemukan 4 frasa.

##### Konteks:

"Ow..sek-sek. Aku ngerti dek. Gon toko aki musthang. Oh malah isa konsultasi barang. Nek seka lor ki kae lho sadurunge pertigaan tape ketan Muntilan ning sing **kanan jalan**". (Aki Musthang)

Terjemahan:

'ow... bentar-bentar. Aku tahu dik tempat toko aki musthang. Oh malah bisa konsultasi juga. Kalau dari utara itu lho sebelumnya pertigaan tape ketan muntilan tapi yang kanan jalan'

Pada data (1) terjadi campur kode yaitu penutur menyisipkan frasa *kanan jalan* yang berasal dari bahasa Indonesia. Penggunaan frasa *kanan jalan* sebenarnya dapat diganti dengan bahasa Jawa oleh penutur. Arti dari frasa *kanan jalan* adalah petunjuk arah, dalam tuturan ini penutur menggunakan frasa *kanan jalan* dimaksudkan untuk memberitahukan alamat kepada penutur kedua. Apabila frasa *kanan jalan* diganti ke dalam bahasa Jawa menjadi '*tengen dalam*'.

#### c. Penyisipan unsur-unsur berwujud pengulangan kata

Campur kode yang berwujud pengulangan kata merupakan mengulang kata lebih dari satu kali (*reduplikasi*). Reduplikasi adalah proses morfemis yang mengulang bentuk dasar, baik secara keseluruhan secara sebagian (parsial), maupun dengan perubahan bunyi. Penyisipan unsur-unsur berwujud

perulangan kata dalam tuturan iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang ditemukan 2 perulangan kata.

**Konteks:**

*“Kalau menurut aku sih.e e Sik-sik **sory-sory** nek menurut aku bro. aduh duh sek-sek”.* (Iklan Diapet)

Terjemahan:

‘kalau menurut aku sih. e e bentar-bentar maaf-maaf kalau menurut aku bro. aduh duh bentar-bentar’

Pada tuturan (1) di atas mengalami campur kode berwujud pengulangan kata bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. Hal tersebut terlihat dari penggunaan pengulangan kata *sory-sory* yang berasal dari bahasa Inggris. Penggunaan pengulangan kata *sory-sory* dapat diganti dengan bahasa Indonesia. Namun, dalam tuturan ini penutur lebih memilih menggunakan pengulangan kata *sory-sory* karena beranggapan pengulangan kata tersebut lebih familiar daripada arti dalam bahasa Indonesianya. Pengulangan kata *sory-sory* lebih mengarah pada arti maaf-maaf dalam bahasa Indonesia. Apabila pengulangan kata *sory-sory* diganti ke dalam bahasa Indonesia menjadi ‘*maaf-maaf*’.

**d. Penyisipan unsur-unsur berwujud baster**

Baster merupakan hasil proses *afiksasi* suatu bahasa dengan unsur-unsur bahasa dari bahasa lain. Misalnya *afiksasi* bahasa Indonesia dengan unsur-unsur bahasa dari bahasa Jawa atau sebaliknya. Penyisipan unsur-unsur yang berwujud baster dalam tuturan iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang ditemukan 5 baster.

**Konteks:**

*“Haiya pancen to kuwi. Lha wong pada njaga kesehatan nganggo herbal wi ya do wegah kok ya mbasan padha lara sambat le **biayane** ra kuwat”.* (Herbal Rml)

Terjemahan:

‘Memang itu. Lha menjaga kesehatan memakai herbal itu ya pada tidak mau kok ya saat sakit mengeluh biayanya tidak kuat’

Pada data (3) mengalami campur kode berupa baster dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Jawa. Hal tersebut terlihat dari penggunaan kata yang berimbuhan di akhir bentuk dasar yaitu kata ‘*biayane*’ yang berasal dari bentuk dasar *biaya* dari bahasa Indonesia dan mendapat imbuhan –e yang membuatnya seakan-akan menjadi satu bentuk kata dalam bahasa Jawa. Penggunaan imbuhan akhiran –e oleh penutur berfungsi untuk menegaskan kata sebelumnya yang menggunakan bahasa Indonesia. Penggunaan bentuk baster *biayane* pada tuturan di atas sebenarnya dapat diganti dengan bahasa Jawa. Apabila bentuk baster *biayane* diganti ke dalam bahasa Jawa menjadi ‘*ragate*’.

#### e. Penyisipan unsur-unsur berwujud klausa

Klausa merupakan satuan gramatikal berupa kelompok kata yang sekurang-kurangnya terdiri dari subyek dan predikat, dan mempunyai potensi untuk menjadi kalimat. Penyisipan unsur-unsur yang berwujud klausa dalam tuturan iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang ditemukan 1 klausa.

##### **Konteks:**

*“Aja kuatir. Saka murah tekan VIP aman. Manasike teori karo praktek, seka jogja tekan tanah suci **di bimbing oleh ustad yang sudah berpengalaman** kayata ustad haji Ulin Nuha alumnus Universitas Islam Malinah, ustad haji Zulfikar AKH alumnus Universitas Khaira Mesir, ustad Drs. Haji Toyib Hidayat alumnus Universitas Sunan Kalijaga Jogja lan liya-liyane. Insya Allah pasti berangkat”.*(Permata Ummat)

Terjemahan:

‘Jangan khawatir dari murah sampai VIP aman. Manasiknya teori dengan praktek, dari Jogja sampai tanah suci di bimbing oleh ustad yang sudah berpengalaman seperti ustad haji Ulin Nuha alumnus Universitas Islam Malinah, ustad haji Zulfikar AKH alumnus Universitas Khaira Mesir, ustad Drs. Haji Toyib Hidayat

alumnus Universitas Sunan Kalijaga Jogja dan lain-lainnya. Insha Allah pasti berangkat'

Pada tuturan (1) di atas terjadi campur kode berwujud klausa bahasa Indonesia ke dalam bahasa Jawa. Hal tersebut terlihat dari penggunaan klausa *di bimbing oleh ustad yang sudah berpengalaman* yang berasal dari bahasa Indonesia. Penggunaan klausa *di bimbing oleh ustad yang sudah berpengalaman* dapat diganti dengan bahasa Jawa. Namun, dalam tuturan ini penutur lebih memilih menggunakan klausa *di bimbing oleh ustad yang sudah berpengalaman* karena beranggapan klausa tersebut lebih sering digunakan daripada arti dalam bahasa Jawanya. Apabila bentuk klausa *di bimbing oleh ustad yang sudah berpengalaman* diganti ke dalam bahasa Jawa menjadi '*di tuntun marang ustad sing uwis nglakoni/ngalami*'.

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data tentang alih kode dan campur kode dalam tuturan iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang, dapat disimpulkan hal berikut ini. Alih kode dalam tuturan iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang ditemukan 5 peristiwa alih kode antarbahasa. Campur kode dalam tuturan iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang ditemukan 41 peristiwa campur kode. a) Peristiwa campur kode yang berwujud kata ditemukan 28 buah indikator. b) Peristiwa campur kode yang berwujud frasa 4 buah indikator. c) Peristiwa campur kode yang berwujud pengulangan kata 2 buah indikator. d) Peristiwa campur kode yang berwujud baster 6 buah indikator. e) Peristiwa campur kode yang berwujud klausa 1 buah indikator.

### Daftar Pustaka

Chaer, Abdul dan Leoni Agustina.2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*.Jakarta: Rineka Cipta.

Ismawati, Esti. 2011. *Metode Penelitian Bahasa dan Sastra*. Surakarta: Yuma Pustaka.

Mulyana.2005. *Teori, Metode Dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara

Wacana.

Sudaryanto.2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

Suwito.1985. *Sosiolinguistik Pengantar Awal*. Surakarta: Hinary Offset.