

SKRIPSI

**CAMPUR KODE PADA MAJALAH
FASHION SWEET MAGAZINE 2017.3
TINJAUAN SOSIOLINGUISTIK**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Humaniora*

ANGGUN CAHYANI

1610753002



Dosen Pembimbing:

Imelda Indah Lestari, S.S, M.Hum

(Rahtu Nila Sepni, M.Hum

**JURUSAN SASTRA JEPANG
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ABSTRAK

CAMPUR KODE PADA MAJALAH *FASHION SWEET MAGAZINE* 2017.3; TINJAUAN SOSIOLINGUISTIK

Oleh: Anggun Cahyani

Penelitian ini membahas tentang campur kode pada majalah *Fashion sweet magazine* 2017.3. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan tipe pembentukan campur kode yang terdapat pada majalah *sweet magazine*, mendeskripsikan faktor penyebab penggunaan campur kode yang terdapat dalam majalah *sweet magazine*. Untuk mengetahui tipe-tipe campur kode menggunakan teori Hoffman (1991). Lalu untuk faktor penyebab penggunaan campur kode menggunakan teori Nerghes (2011). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil akhir dari penelitian ini terdapat tiga tipe campur kode yaitu *inta-sentential mixing*, *intra-lexical mixing*, *involving a charge of pronunciation*. Campur kode merupakan pencampuran dua bahasa atau lebih dalam sebuah frasa, idiom, dan lain lain. Didalam penelitian ini terdapat 3 tipe campur kode *Inta-sentential Mixing*, *Intra-lexical Mixing*, dan *Involving a Change of Pronunciation* pada penelitian ini terdapat 2 tipe yaitu tipe *Inta-sentential Mixing* yakni tipe campur kode yang terjadi dalam kalimat yaitu berupa frasa, klausa, idiom, dan lain-lain. Dan tipe campur kode *Intra-lexical Mixing*, terdapat pada data (2) ada penambahan prefiks atau sufiks dari bahasa lain pada kata dari bahasa pertamanya. Pada kata 'love' merupakan kata adjektiva, terdapat kata sifat *nakeyoshi* yang dimana diakhiri dengan akhiran “な” dan frasa 'beauty item' merupakan frasa nomina. Faktor penyebab penggunaan campur kode yang terdapat dalam penelitian ini yaitu campur kode sebagai suatu strategi pemasaran, makna konotasi kultural, campur kode untuk mengisi kekosongan leksikal.

Kata kunci: Campur kode, Sociolinguistik.

ABSTRAK

CODE MIXING ON FASHION SWEET MAGAZINE 2017.3

By: Anggun Cahyani

The discussion in this study discusses code-mixing in Fashion Sweet Magazine 2017. 3. This study aims to describe the type of code-mixing formation found in the sweet magazine to describe the factors causing the use of code-mixing contained in the sweet magazine. To determine the types of code mix-use Hoffman's theory (1991). Then for the factors causing the use of code-mixing using the Nerghes theory (2011). The method used in this research is descriptive qualitative. The final results of this study were three types of code-mixing, namely into-sentential mixing, intra-lexical mixing, involving a charge of pronunciation. However, this study uses more of the inta-sentential mixing type. Inta-sentential mixing is a type of code-mixing in sentences, namely in phrases, clauses, idioms. The factors causing code-mixing in this study are code campus as a marketing strategy, the meaning of cultural connotations, and code-mixing to fill lexical gaps.

Keywords: Code mixing, Fashion sweet magazine, Sociolinguistic.



要旨

2017年3月発行された Fashion Sweet Magazine におけるコードミキシング 社会言語学

アングンチャーヤニ

この本研究の話題は、2017年3月発行された Fashion Sweet Magazine におけるコードミキシングについて説明していることである。この本研究での目的は、Fashion Sweet Magazine にコードミキシングを形成されたタイプで、そして Fashion Sweet Magazine にコードミキシングを使用された原因要因を明らかにした。Hoffman (1991) による理論を使用された。そして、コードミキシングを使用された原因要因を知るために、Nergheş (2011) による理論を使用された。この本研究での使用された研究方法は、質的に分析して、記述的な手法を定性的に行った。この本研究の結果は、3つのコードミキシングタイプ/種類を得られた。それは、*inta-sentential mixing*、*intra-lexical mixing*、そして *involving a change of pronunciation*。ただし、この本研究では、*inta-sentential mixing* タイプ/種類をよく使用されていることである。*inta-sentential mixing* タイプ/種類は、文、フレーズ、句節、イディオムなど起こったコードミキシングの一種である。この本研究でのコードミキシングを引き起こす要因は、マーケティング戦略としてのコードキャンパス、文化的含意の意味、および語彙のギャップを埋めるためのコードミキシングである。

キーワード：コードミキシング、Fashion sweet magazine、社会言語学

