

Alih Kode pada Tajuk Sampul Majalah De Beauty Professional Terbitan Tahun 2019-2022 = Code Switching on the Cover Header of De Beauty Professional Magazine Published in 2019-2022

Mabelle Faiza Anindra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920525242&lokasi=lokal>

Abstrak

Fenomena alih kode sering kali terjadi pada media cetak, salah satunya dalam majalah. Penelitian ini membahas bentuk alih kode dan faktor terjadinya pada tajuk-tajuk di sampul Majalah De Beauty Professional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bentuk dan faktor terjadinya alih kode pada tajuk-tajuk sampul dari Majalah De Beauty Professional. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif berdasarkan pendapat Hoffman (1991) mengenai alih kode. Sampul majalah yang digunakan sebagai sumber data adalah sampul yang terbit di tahun 2019 hingga 2022 yang dalamnya terjadi fenomena alih kode, dengan total 17 sampul. Penelitian ini menyimpulkan dari 37 kasus alih kode terdapat bentuk 35 intra-sentential switching dan 2 emblematic switching. Faktor dominan terjadinya alih kode tersebut adalah untuk mengungkapkan topik tertentu dengan total 32 kasus. Faktor lain terjadinya adalah 5 kasus alih kode untuk menyatakan identitas kelompok dan 1 kasus untuk mengutip kata-kata mutiara. The phenomenon of code switching often occurs in printed media, one of which is magazines. This research discusses the form of code switching and the factors that occur on the cover's headers of De Beauty Professional Magazine. The purpose of this research is to describe the forms and factors of code-switching on selected cover headers of De Beauty Professional Magazine. The research method used is descriptive qualitative based on the opinion of Hoffman (1991) regarding code switching. The magazine covers used as the data source are covers published from 2019 to 2022 in which the phenomenon of code switching occurs, with a total of 17 covers. This study concluded that of the 37 cases of code switching, there were 35 intra-sentential switching and 2 emblematic switching. The dominant factor in code switching was to reveal a certain topic with a total of 32 cases. Another factor that occurred was 5 cases of code switching to state group identity and 1 case to quote a saying from a figure