

ALIH KODE DALAM KOMUNIKASI PEMANDU WISATA DAN WISATAWAN NUSANTARA GUNUNG BROMO

Dafa Agmi Pradana

(Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Unisma)

Email: dafaagmi1999@gmail.com

Abstrak:

Komunikasi dalam kehidupan sehari-hari sangatlah penting untuk keberlangsungan hidup. Tanpa adanya komunikasi, kehidupan akan menjadi hampa dan sepi. Komunikasi adalah proses berbagi makna secara berkesinambungan dan dinamis di antara pelaku komunikasi melalui lambang-lambang verbal maupun nonverbal, bermedia maupun tidak, dimana masing-masing pihak dapat saling memberikan pengaruh secara timbal balik. Keterampilan dalam komunikasi bukanlah bawaan dari lahir melainkan dipelajari agar manusia dapat menjalin hubungan dengan orang lain secara berkualitas. Dalam perkembangannya, hubungan sosial masyarakat bahasa selalu melekat dengan aktivitas manusia, kegunaan bahasa dapat membentuk setiap pemikiran dan perasaan seseorang. Bahasa menjadi unsur penting manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lainnya. Bahasa diaplikasikan pada tiap-tiap komunikasi sehari-hari. Bahasa dapat digunakan untuk mengutarakan gagasan, informasi, perasaan, emosi, dan pikiran. Dengan demikian, dalam proses komunikasi dapat menimbulkan peristiwa tindak tutur dalam satu situasi. Pergantian alih kode merupakan tanda perubahan penggunaan bahasa karena keadaan yang berubah (Chaer, 2013). Perubahan keadaan sering terjadi dan merupakan salah satu pendorong terjadinya alih kode. Alih kode juga dapat terjadi ketika seorang pembicara menggunakan satu bahasa dan pembicara lain menggunakan bahasa lain selama percakapan. Selain faktor situasional, perbedaan status sosial, tingkat pendidikan, dan pekerjaan juga mempengaruhi gejala peralihan dari satu kode bahasa ke kode bahasa lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana alih kode terjadi dalam komunikasi pemandu wisata dan wisatawan nusantara Gunung Bromo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Terdapat dua aspek fokus dalam penelitian ini yaitu; (1) faktor yang mempengaruhi alih kode dalam komunikasi pemandu wisata dan wisatawan nusantara Gunung Bromo dan (2) bentuk alih kode dalam komunikasi pemandu wisata dan wisatawan nusantara Gunung Bromo.

Kata kunci: Komunikasi, Alih Kode, Gunung Bromo

PENDAHULUAN

Dalam perkembangannya, hubungan sosial masyarakat bahasa selalu melekat dengan aktivitas manusia, kegunaan bahasa dapat membentuk setiap pemikiran dan perasaan seseorang. Bahasa menjadi unsur penting manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lainnya. Bahasa diaplikasikan pada tiap-tiap komunikasi sehari-hari. Bahasa dapat digunakan untuk mengutarakan gagasan, informasi, perasaan, emosi, dan pikiran. Dengan demikian, dalam proses komunikasi dapat menimbulkan peristiwa tindak tutur dalam satu situasi.

Peristiwa tindak tutur merupakan kejadian sosial yang melibatkan beberapa penutur didalam suatu kondisi tertentu (Chaer, 2014). Masing-masing manusia memiliki keterampilan dalam komunikasi berwujud pengetahuan bahasa dan keahlian mengungkapkan sesuai berdasarkan kegunaan dan kondisi serta kaidah-kaidah penggunaan dalam sosial konteksnya. Ada beberapa dimensi yang perlu diperhatikan ketika mempelajari sosiologi, meliputi: lingkungan sosial, identitas sosial penutur, dan identitas sosial pendengar tempat berlangsungnya komunikasi, analisa sinkronis dan diakronis, kajian sosial penutur yang bervariasi, variasi derajat dan keragaman kebahasaan.

Dalam kajian pragmatik, tindak tutur merupakan pondasi paling mendasar. Dalam kajian tindak tutur, tiga unsur, pembicara, pendengar dan apa yang dibicarakan. Pada pengaplikasiannya tindak tutur tidak dibatasi oleh, kata, frasa, kalimat atau lambang, namun lebih spesifik adalah hasil produk akhir dari kata, frasa, kalimat dan lambang yang berbentuk perilaku tindak tutur. Semua interaksi

yang menggunakan bahasa akan selalu terdapat tindak tutur didalamnya (Searle dalam Aslinda, 2010). Ini artinya, hubungan berbahasa tidak terbatas pada kata, frasa, kalimat dan lambang, melainkan tindak tutur yang sebenarnya adalah hasil dari frasa, kata, kalimat dan lambang tersebut. Peristiwa tindak tutur memerlukan adanya sebuah tindakan di dalamnya, oleh sebab itu peristiwa tindak tutur lebih mementingkan maknanya atau arti tindakan dalam tuturanya.

Menurut Rumijati et al & Silitonga (dalam Ambarwati, 2021) setiap daerah memiliki potensi wisata yang berbeda-beda, bahkan ada yang memiliki potensi besar namun belum tersentuh untuk menjadi tujuan wisata yang indah. Potensi wisata adalah segala sesuatu yang dimiliki suatu destinasi dan merupakan daya tarik yang menarik orang untuk mengunjungi suatu tempat. Menurut Rusita et al & Walimbo et al (dalam Ambarwati, 2021) mengemukakan bahwa cakupan potensi alam meliputi bentang alam semacam pegunungan, pantai, hutan dan sebagainya. Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa potensi wisata dalam sebuah daerah dapat dikembangkan sesuai potensi yang memungkinkan guna menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Pentingnya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari adalah untuk keberlangsungan hidup. Tanpa adanya komunikasi, kehidupan akan menjadi hampa dan sepi. Komunikasi adalah proses berbagi makna yang terus menerus dan dinamis di antara para komunikator melalui simbol-simbol verbal dan nonverbal, yang memungkinkan masing-masing pihak saling mempengaruhi, baik dimediasi maupun tidak. Kusuma (2021) menjelaskan bahwa keterampilan dalam komunikasi bukanlah bawaan dari lahir melainkan dipelajari agar manusia dapat

menjalin hubungan dengan orang lain secara berkualitas. Di era kemajuan teknologi digital pada saat ini membantu untuk memudahkan penyebaran informasi. Dalam penyampaian informasi dan komunikasi harus dilakukan dengan sesuai data dan fakta yang sesuai, sehingga penerima dapat memahami isi dari informasi tersebut dengan baik dan juga benar.

Vera & Wihardi (2022) menjelaskan komunikasi merupakan bagian penting dari kehidupan manusia. Orang terus-menerus berkomunikasi dengan diri mereka sendiri dan dengan orang lain. Berbagai jenis komunikasi terjadi di sini. Seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi massa. Selain jenis komunikasi, pengelompokan komunikasi dapat dilihat berdasarkan bentuknya, yaitu: komunikasi organisasi, komunikasi antarbudaya, komunikasi politik, komunikasi korporat, komunikasi sosial dan pembangunan, dll.

Pergantian alih kode merupakan tanda perubahan penggunaan bahasa karena keadaan yang berubah (Chaer, 2013). Perubahan keadaan sering terjadi dan merupakan salah satu pendorong terjadinya alih kode. Alih kode juga dapat terjadi ketika seorang pembicara menggunakan satu bahasa dan pembicara lain menggunakan bahasa lain selama percakapan. Selain faktor situasional, perbedaan status sosial, tingkat pendidikan, dan pekerjaan juga mempengaruhi gejala peralihan dari satu kode bahasa ke kode bahasa lainnya.

Ohoiwutun (2007) mengatakan bahwa alih kode adalah perubahan penggunaan dari satu bahasa atau dialek ke bahasa atau dialek lainnya. Penerjemahan bahasa ini semata-mata karena adanya perubahan sosiokultural

dalam konteks bahasa. Perubahan yang dimaksud meliputi faktor-faktor seperti hubungan pembicara-pendengar, variasi bahasa, tujuan berbicara, topik yang dibahas, serta waktu dan tempat pembicaraan. Dalam artian alih kode dapat terjadi disebabkan oleh perubahan kode yang menyesuaikan dengan topik mau pun situasi.

Menurut Holmes (2013) alih kode dapat dibagi menjadi dua jenis: alih kode metaforis dan alih kode situasional. Penggantian kode kiasan hanya berfungsi dengan bahasa kiasan. Perubahan akor hanya digunakan untuk menunjukkan perubahan bunyi ucapan dari bahasa formal yang berbeda ke bahasa yang lebih santai, dan ada alasannya. Pada dasarnya alih kode adalah pergantian kode dalam satu bahasa atau bahasa yang berbeda dari satu kode ke kode lain saat seseorang berbicara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, guna memberikan hasil analisis data tentang faktor-faktor dan fungsi alih kode dalam tuturan interaksi pemandu wisata dan wisatawan nusantara Gunung Bromo. Data yang dikumpulkan disini menggunakan transkrip percakapan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena untuk memudahkan penelitian yang dilakukan karena data yang diperoleh dalam bentuk verbal. Menurut Murdianto (2020), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif bersifat

deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif berfokus pada proses dan makna. Misalnya, ketika seseorang menangis, kebanyakan orang langsung mengatakan bahwa dia sedih. Sumber data pada penelitian ini adalah komunikasi Antara pemandu wisata dan wisatawan nusantara Gunung Bromo, yang diduga ada unsur alih kode. Alih kode yang terkandung di dalamnya berwujud wacana yang digunakan dalam tuturan interaksi pemandu wisata dan wisatawan nusantara Gunung Bromo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fokus dalam penelitian ini adalah alih kode dalam komunikasi pemandu wisata dan wisatawan nusantara Gunung Bromo. Hasil penelitian ini dideskripsikan dengan terperinci. Berikut data hasil dari penelitian dan pembahasannya.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Alih Kode dalam Komunikasi Pemandu Wisata dan Wisatawan Nusantara di Gunung Bromo

Hasil penelitian ini ditemukan 4 aspek yang memicu terjadinya alih kode dalam komunikasi pemandu wisata dan wisatawan nusantara Gunung Bromo. Pergantian kode, di sisi lain biasanya terjadi pada inisiasi penutur. Penggunaan alih kode ditemukan melalui teori Yulianti (2015) yaitu pembicara sering mengganti kode untuk mendapatkan beberapa manfaat atau keuntungan, seperti keakraban atau keramahan. Pembahasan hasil penelitian sebagai berikut.

Faktor Penutur

Seorang penutur atau pembicara terkadang dengan sengaja berusaha mengalihkan kode pada lawan tutur atau lawan bicaranya karena suatu maksud.

terkadang usaha yang dilakukan tersebut dengan maksud untuk mengubah situasi, yaitu dari situasi resmi ke situasi tidak resmi. Dalam percakapan antara pemandu wisata dan wisatawan nusantara di Gunung Bromo terjadi perubahan bahasa atau kode guna mengubah situasi untuk menyelaraskan bahasa dari lawan tuturnya tersebut. Ada pun data dipaparkan sebagai berikut:

- Pemandu wisata : *“Baik, pagi ini kita akan menikmati sunrise poin atau matahari terbit di penanjakan satu. Bagi temen-temen yang mau foto, di sinilah spot yang paling sering dijadikan tempat foto-foto oleh wisatawan”*
- Wisatawan : *“Wah, cocok iki gae foto-foto, cuacane pas cerah pisan”*.
(FP.I.D1)
- Pemandu wisata : *“Iyo mas, cocok. Pas cerah juga. Ayo-ayo foto disek mumpung apik”*
- Wisatawan : *“Ayo mas, seng apik yo”*.

Berdasarkan pola komunikasi di atas, menunjukkan terjadinya alih kode. Dapat dilihat pada kalimat yang bercetak miring *“Baik, pagi ini kita akan menikmati sunrise poin atau matahari terbit di penanjakan satu. Bagi temen-temen yang mau foto, di sinilah spot yang paling sering dijadikan tempat foto-foto oleh wisatawan”* dan pada kalimat *“Wah, cocok iki gae foto-foto, cuacane pas cerah pisan”*. Dimana pada awal pembicaraan pemandu wisata sedang menjelaskan tujuan untuk melihat *sun rise* menggunakan bahasa Indonesia, namun wisatawan yang sedang dipandu olehnya menjawab menggunakan bahasa Jawa. Dengan sadar kemudian sang pemandu wisata merubah bahasanya menggunakan bahasa Jawa guna menyelaraskan bahasa dari wisatawan tersebut. Dengan demikian peristiwa alih kode tersebut terjadi karena pemandu wisatawan sebagai penutur pertama dan wisatawan sebagai mitra tuturnya.

Faktor Hadirnya Penutur Ketiga

Hadirnya penutur ketiga, kehadiran orang ketiga kadang-kadang juga dapat dipakai sebagai penentu berubahnya kode yang dipakai oleh seseorang dalam berkomunikasi. Dalam percakapan antara pemandu wisata dan wisatawan nusantara di Gunung Bromo terjadi perubahan bahasa atau kode guna mengubah situasi untuk menyelaraskan bahasa dari lawan tuturnya tersebut, disini wisatawan sebagai orang ketiga dalam komunikasi. Ada pun data dipaparkan sebagai berikut:

Supir Jip	: “Riko duwe rokok gak kang?”
Pemandu wisata	: “ <i>Woh, tenang. Ono tok lek ndek aku, ikilo cak</i> ”
Wisatawan	: “ <i>Mas, ada korek? Pinjam dong, mas</i> ” (FPK.I.D4)
Pemandu wisata	: “Oh, ada mas. Bentar saya ambil dulu koreknya”.

Berdasarkan pola komunikasi di atas, menunjukkan terjadinya alih kode. Dapat dilihat pada kalimat yang bercetak miring “*Woh, tenang. Ono tok lek ndek aku, ikilo cak*” dan pada kalimat “*Mas, ada korek? Pinjam dong, mas*”. Dimana supir jip dan pemandu wisata sedang berbincang menggunakan bahasa Jawa, kemudian datang seorang wisatawan yang menanyakan sebuah korek menggunakan bahasa Indonesia. Dengan begitu pemandu wisata mengubah bahasanya ke bahasa Indonesia guna menyelaraskan dengan bahasa dari wisatawan tersebut.

Faktor untuk Membangkitkan Rasa Humor

Untuk membangkitkan rasa humor, tuturan untuk membangkitkan rasa humor dapat pula menyebabkan peristiwa alih kode, yaitu pada berubahnya suasana menjadi lebih santai dan akrab antara penutur dan mitratutur sehingga mengubah kode di antara keduanya. Dalam percakapan antara pemandu wisata dan wisatawan nusantara di Gunung Bromo terjadi perubahan bahasa atau kode

guna mengubah situasi untuk membangkitkan rasa humor antar penutur dan mitra tutur. Ada pun data dipaparkan sebagai berikut:

Pemandu wisata	: “ <i>Untuk cuaca pagi ini cukup dingin, jadi siapkan perlengkapan masing-masing untuk menghangatkan tubuh. Minimal memakai jaket yang tebal</i> ”
Wisatawan	: “ <i>Jek ademan sikape DOI kok mas, hehe...</i> ” (FH.I.D7)
Pemandu wisata	: “ <i>Iso ae lek mean ancen iki mbak, hehe...</i> ”

Berdasarkan pola komunikasi di atas, menunjukkan terjadinya alih kode. Dapat dilihat pada kalimat yang bercetak miring “*Untuk cuaca pagi ini cukup dingin, jadi siapkan perlengkapan masing-masing untuk menghangatkan tubuh. Minimal memakai jaket yang tebal*” dan pada kalimat “*Jek ademan sikape DOI kok mas, hehe...*”. Dalam komunikasi tersebut terlihat wisatawan melempar sepenggal humor guna memecah suasana yang dingin pada waktu itu. Dengan disisipkan sebuah humor, dapat merubah suasana yang awalnya diam karena suasana yang dingin menjadi suasana yang cair.

Kedekatan Penutur dan Mitratutur

Kedekatan penutur dan mitratutur, yaitu dimana sebagian penutur yang beralih kode sekedar untuk bergengsi atau untuk keakraban penutur. Hal itu terjadi apabila baik faktor situasi, lawan bicara, topik, dan faktor-faktor sosial-situasional yang lain sebenarnya tidak mengharuskan untuk beralih kode. Dalam percakapan antara pemandu wisata dan wisatawan nusantara di Gunung Bromo terjadi perubahan bahasa atau kode guna mengubah situasi untuk menyelaraskan bahasa dari lawan tuturnya atau untuk keakraban dari penutur. Ada pun data dipaparkan sebagai berikut:

Pemandu wisata	: “Cak, nyelang korek e, cak”
Supir jip	: “ <i>Ndek jero jip, jupuken</i> ”

Wisatawan : “*Mas, minta tolong fotoin disini dong, mas*” (FKPM.I.D10)
Pemandu wisata : “Oh, ayo mbak, mumpung sepi juga. Bagus buat foto”.

Berdasarkan pola komunikasi di atas, menunjukkan terjadinya alih kode. Dapat dilihat pada kalimat yang bercetak miring “*Ndek jero jip, jupuken*” dan juga pada kalimat “*Mas, minta tolong fotoin disini dong, mas*”. Di sini pemandu wisata mengubah bahasanya ke bahasa Indonesia guna menyelaraskan bahasa dengan wisatawan tersebut. Dilain sisi, pemandu wisata mencoba untuk akrab dengan wisatawan tersebut. Dengan begitu pemandu wisata merubah bahasanya guna merangkul wisatawan dengan tujuan keakraban.

Bentuk Alih Kode dalam Komunikasi Pemandu Wisata dan Wisatawan Nusantara di Gunung Bromo

Hasil penelitian ini ditemukan 2 aspek yang memicu terjadinya alih kode dalam komunikasi pemandu wisata dan wisatawan nusantara Gunung Bromo. Pergantian kode, di sisi lain biasanya terjadi pada inisiasi penutur. Penggunaan alih kode ditemukan melalui teori Yulianti (2015) yaitu pembicara sering mengganti kode untuk mendapatkan beberapa manfaat atau keuntungan, seperti keakraban atau keramahan. Pembahasan hasil penelitian sebagai berikut.

Alih Kode Formal

Bentuk alih kode formal dalam komunikasi pemandu wisata dan wisatawan nusantara di Gunung Bromo ditandai dengan berubahnya bahasa yang digunakan, entah itu dari pemandu wisata atau pun dari wisatawan tersebut.

Wisatawan : “*Oh iya, mas, jalan ke penanjakan jauh gak, mas?*”
Pemandu wisata : “*Oh, cidek kok, mas*” (CKF.II.D13)
Wisatawan : “Berapa menit, mas? Dan untuk namanya penanjakana apa mas?”

Pemandu wisata : “Kurang lebih 15 menit kok, mas, jalan kaki, dan untuk namanya adalah penanjakan satu atau *view point* mas”.

Berdasarkan pola komunikasi di atas, menunjukkan terjadinya alih kode.

Dapat dilihat pada kalimat yang bercetak miring. Yaitu pada kalimat wisatawan yang menanyakan jarak ke penanjakan “*Oh iya mas, jalan ke penanjakan jauh apa dekat?*”, kemudian pemandu wisatawan menjawab dengan spontan “*Oh, cidek kok, mas*”, dikarenakan pemandu wisata sedang berkomunikasi dengan rekannya. Namun dalam percakapan selanjutnya ia mengubah bahasanya guna untuk menyelaraskan bahasa dari wisatawan tersebut. Dapat dilihat pada kalimat “Kurang lebih 15 menit kok mas, jalan kaki”.

Berdasarkan penggunaan tuturan tersebut, alih kode merupakan perubahan bahasa dari bahasa satu ke bahasa dua dengan mengikuti situasi atau kondisi tertentu. Dengan hal tersebut, dalam alih kode tuturan di atas menitik beratkan pada penggunaan bahasa pertama yang digunakan oleh sang penanya yaitu wisatawan. Hal tersebut bertujuan untuk menghormati wisatawan tersebut.

Alih Kode Informal

Bentuk alih kode informal dalam komunikasi pemandu wisata dan wisatawan nusantara di Gunung Bromo ditandai dengan berubahnya bahasa yang digunakan, entah itu dari pemandu wisata atau pun dari wisatawan tersebut.

Pemandu wisata : “*Sekarang kita berada di bukit Teletubbies, dinamakan bukit Teletubbies dikarenakan bukit-bukit yang berjejeran mirip seperti bukit yang ada pada film Teletubbies*”

Wisatawan : “*Tapi kok Upin Ipin, mas, badute?*” (CKL11.D19)

Pemandu wisata : “Tergantung biasae, mas. Kadang Teletubbies kadang Upin Ipin”

Wisatawan : “Oalah, pantesan”.

Berdasarkan pola komunikasi di atas, menunjukkan terjadinya alih kode. Dapat dilihat pada kalimat yang bercetak miring. Yaitu pada kalimat wisatawan yang menyela dan menanyakan kenapa bukan Teletubbies badutnya. Dapat dilihat pada kalimat *“Sekarang kita berada di bukit Teletubbies, dinamakan bukit Teletubbies dikarenakan bukit-bukit yang berjejeran mirip seperti bukit yang ada pada film Teletubbies”* dan pada kalimat *“Tapi kok Upin Ipin, mas, badute?”*. Dalam komunikasi tersebut, pemandu wisata merubah bahasanya mengikuti lawan tuturnya, hal tersebut bertujuan untuk menyelaraskan dan menghormati lawan tuturnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian pada alih kode dalam komunikasi pemandu wisata dan wisatawan nusantara di Gunung Bromo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut; (1) Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya alih kode dalam komunikasi pemandu wisata dan wisatawan nusantara di Gunung Bromo biasanya untuk menyelaraskan bahasa yang digunakan oleh lawan bicaranya. Kemudian disebabkan oleh hadirnya pihak ketiga dalam suatu peristiwa tindak tutur yang mengharuskan berubahnya kode atau bahasa yang dipakai. Seorang penutur terkadang secara sadar mencoba mengubah kodenya terhadap lawan tutur guna suatu maksud. Terkadang hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengubah situasi yaitu dari situasi formal ke situasi informal. (2) Bentuk alih kode dalam komunikasi pemandu wisata dan wisatawan nusantara di Gunung Bromo terdapat dua macam, yaitu; alih kode formal dan alih kode informal. Perubahan bahasa terjadi antara Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia yang terjadi begitu saja tanpa

disadari oleh penutur. Alih kode terjadi tergantung pada situasi tertentu dan tidak terduga, hal itu berkaitan dengan bagaimana situasi saat itu seperti ketika pemandu wisata sedang berbincang dengan supir jip yang notabene menggunakan Bahasa Jawa, kemudian datang seorang wisatawan dan memotong pembicaraan mereka, otomatis pemandu wisata akan merubah bahasanya ke Bahasa Indonesia guna menyelaraskan bahasa dan menghormati wisatawan tersebut.

Saran dalam penelitian ini yaitu Bagi guru bahasa Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan tentang peralihan bahasa terutama pada bidang alih kode. Dalam penelitian ini objek yang digunakan sebagai wujud alih kode adalah komunikasi pada pemandu wisata dan wisatawan nusantara di Gunung Bromo. Penelitian ini belum sempurna dan masih perlu dikaji lebih mendalam. Peneliti selanjutnya bisa menggunakan fokus atau obyek wisatawan nusantara di tempat selain Gunung Bromo dan juga diharapkan ditemukan masalah-masalah yang berbeda pada penelitian selanjutnya. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk peneliti selanjutnya juga untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai alih kode dalam suatu bahasa. Penelitian ini bermanfaat agar dapat menambah pengetahuan tentang alih kode yang mereka gunakan supaya ada peningkatan dan juga perkembangan dalam penggunaan bahasa ketika mereka sedang memandu wisata di Gunung Bromo.

DAFTAR RUJUKAN

- Ambarwati, A., Islami, N., Aprilia, I. D., & Masruroh, B. F.
PENGEMBANGKAN POTENSI WISATA DAN PENDIDIKAN ISLAMI
PADA ERA COVID-19.
- Chaer, Abdul. (2013). *Kajian Bahasa: Struktur Internal, Pemakaian dan Pemelajaran*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Chaer, A. Agustina, L. (2014). *Sosiolinguistik (Perkenalan Awal)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Holmes, Janet. (2013). *An Introduction to Sociolinguistics*. New York: Routledge
- Kusuma, Y. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi. *Jurnal Sudut Pandang*, 2(5), 1-5.
- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*.
- Ohoiwutun, Paul. (2007). *Sosiolinguistik Memahami Bahasa dalam Konteks Masyarakat dan Kebudayaan*. Jakarta: Kesaint Blanc.
- Vera, N., & Wihardi, D. (2022). "JAGONGAN" SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI SOSIAL PADA MASYARAKAT SOLO DAN MANFAATNYA BAGI PEMBANGUNAN DAERAH. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 2(2), 40-46.
- Yulianti, A. I. (2015). Campur kode bahasa Dayak Ngaju dan bahasa Indonesia pada kicauan Twitter remaja di Palangkaraya. *Kandai*, 11(1), 15-28.

Pembimbing I,

Dr. H. Abdul Rani, M.Pd.
NIP. 121007196332160