

ABSTRAK

IRA TIRAWATI. 2017. *Code-Mixing Used in Online Educational Advertising*. Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Siliwangi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui iklan pendidikan *online* berkenaan dengan penggunaan *code-mixing*. Analisis isi digunakan dalam penelitian ini. Sumber data penelitian berupa iklan kursus Bahasa Inggris yang terdapat di sebuah media sosial. Data penelitian berupa kalimat-kalimat *code-mixing* yang terdapat dalam iklan pendidikan *online*. Data dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif meliputi *categorization*, *data display*, dan *conclusion drawing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *code-mixing* menjadi penarik perhatian terhadap iklan, menambah efek persuasif kepada iklan, membuat iklan menjadi inovatif dan kreatif, membuat iklan menjadi bergengsi, membuat iklan menjadi menyenangkan, dan membuat iklan menjadi mudah diingat.