

Memahami Wacana

PERCAKAPAN TRANSAKSI DARING

PERSPEKTIF SOSIOLINGUISTIK

Denik Wirawati, S.Pd., M.Pd.



Denik Wirawati, S.Pd., M.Pd.

**MEMAHAMI WACANA
PERCAKAPAN TRANSAKSI DARING:
PERSPEKTIF SOSIOLINGUISTIK**



Penerbit K-Media
Yogyakarta, 2019

MEMAHAMI WACANA PERCAKAPAN TRANSAKSI
DARING: PERSPEKTIF SOSIOLINGUISTIK

vi + 56 hlm.; 14 x 20 cm

ISBN: 978-602-451-485-3

Penulis : Denik Wirawati

Tata Letak : Nur Huda A

Desain Sampul : Nur Huda A

Cetakan : Juli 2019

Copyright © 2019 by Penerbit K-Media
All rights reserved

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang No 19 Tahun 2002.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektris mau pun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis dan Penerbit.

Isi di luar tanggung jawab percetakan

Penerbit K-Media
Anggota IKAPI No.106/DIY/2018
Banguntapan, Bantul, Yogyakarta.
e-mail: kmedia.cv@gmail.com

KATA PENGANTAR

Buku ini ditulis sebagai salah satu referensi mata kuliah sosiolinguistik. Referensi populer ini terlahir dari hasil penelitian yang berjudul *Campur Kode dalam Transaksi Lego Tuneeca New N Preloved dan Kaitannya dengan Bahan Ajar Sosiolinguistik*. Penelitian yang dilakukan tahun 2018 yang didanai oleh LPPM Universitas Ahmad Dahlan dengan nomor kontrak PF-031/ SP3/LPP-UAD/IV/2018. Harapan penulis, buku ini dapat memperkaya pengetahuan pembaca dalam bidang kebahasaan terutama pada mata kuliah sosiolinguistik yang berkaitan dengan materi kedwibahasaan.

Penulisan buku ini dapat terlaksana berkat bantuan dari sejumlah pihak, antara lain, (1) dekan FKIP UAD Dr. Trikinasih Handayani, M. Si, yang senantiasa memberikan motivasi dosen untuk giat berkarya; (2) Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP UAD Roni Sulistiyono, M. Pd, (3) Dra. Triwati Rahayu, M. Hum sebagai pengampu mata kuliah sosiolinguistik, (4) Sudaryanto M.Pd., Dedi Wijayanti, M.Hum, Muhamad Ardi Kurniawan, MA, sebagai dosen serta sahabat yang banyak memberikan motivasi, masukan dan arahan dalam menulis, (5) Fitriyadi, S.Pd, yang membantu kelancaran pengumpulan data, (6) dr. Ichsan Priyotomo, suami terkasih dengan setia memberikan semangat, Kavita Mutiara Isybillah dan Maziya Zahira Isybillah, putri-putri tercinta pemberi keteduhan hati serta kekuatan untuk selalu berproses dan menimba ilmu. Selayaknya ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada mereka yang telah disebutkan itu.

Sebuah kalimat indah, kenalilah dunia dengan membaca, menulislah agar dikenal dunia. Penulis mencoba menulis buku

pertama ini semoga bermanfaat bagi pembaca . Buku ini penulis akui masih memiliki kekurangan, dan oleh karena itu penulis harapkan kritik dan saran bagi perbaikan buku ini di masa-masa mendatang.

Kalasan, Sleman, 27 Juli 2019

Denik Wirawati, S.Pd., M. Pd.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENGANTAR	1
BAB II TEORI	4
A. Sociolinguistik	4
B. Kedwibahasaan	4
C. Alih Kode dan Campur Kode.....	6
BAB III PEMBAHASAN	15
A. Jenis dan Bentuk Campur Kode Dalam Transaksi <i>Lego Tuneeca New N Preloved</i>	15
BAB IV PENUTUP	52
A. Simpulan	52
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
PROFIL PENULIS	55

BAB I

PENGANTAR

Sejalan perkembangan zaman penawaran barang dan jasa banyak menggunakan media *daring* sebagai kepraktisan di dalam kegiatan bertransaksi. Melalui media *daring*, transaksi jual beli dapat dilakukan dengan mudah untuk mencapai kesepakatan bersama. Pada kegiatan transaksi, bahasa masih menjadi peranan penting dalam berkomunikasi antara penjual dan pembeli. Komunikasi verbal yang digunakan dalam kegiatan transaksi *online* umumnya berupa tulisan. Kemeranian dalam wacana percakapan transaksi jual beli merupakan faktor penting terjadinya kesepakatan jual beli *daring*.

Media berdagang pada zaman sekarang sudah banyak. Salah satunya terbentuknya suatu grup atau komunitas. Komunitas ini merupakan sekumpulan orang yang memiliki tujuan yang sama yaitu untuk menjual atau membeli barang yang sudah masuk kriteria dan kesepakatan dalam grup tersebut. Salah satu yang penulis kaji disini adalah grup atau kelompok *Tuneeca*. *Tuneeca* merupakan merk produk baju yang memiliki harga kisaran 800 ribu sampai jutaan. Tidak semua orang mengenal *Tuneeca* karena barang ini dijual dengan sistem jual agen dan reseller khusus. Keunikan merk baju ini yaitu dari cara pengenalannya dengan membentuk grup.

Produk *Tuneeca* dipasarkan melalui beberapa grup akun. Salah satunya adalah grup *Lego Tuneeca New N Preloved*. Akun pengendalinya adalah *Faceebook Madinah Hijab*. Grup tertutup

(*private group*) ini berisi anggota yang sudah mendapat persetujuan pemilik akun yaitu akun Madinah Hijab. Grup ini di khususkan untuk perempuan saja. Mengapa demikian? Karena di dalam grup ini model pemasarannya selain menggunakan Bahasa percakapan yang unik dan penuh sandi sandi, di sini cara menarik perhatian pembeli dengan cara memposting foto narsis pengguna. Salah satu tujuan dari privat grup ini adalah supaya tidak ada penyalahgunaan dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Selain itu grup privat ini memiliki anggota yang jelas nama alamat supaya tidak terjadi penipuan transaksi jual beli dikarenakan produk ini harganya lumayan tinggi.

Fungsi grup tertutup yang dibuat oleh pemilik akun bertujuan untuk menyaring dan meminimalisir terjadinya penipuan. Hal ini dilakukan karena salah satu di antara alasan yakni harga produk *Tuneeca* yang memiliki nilai dijual tinggi. Kisaran baju dalam produk *Tuneeca* rata-rata dari harga Rp800.00,- hingga jutaan tergantung dari kode, kerumitan desain, dan tingginya minat pada suatu kode yang menjadikan kode baju tersebut dikatakan *bestseller*. Melalui grup ini para pecinta *Tuneeca* juga dapat menjual baju *second* atau bekas dengan harga yang wajar bahkan hingga harga tinggi. Keunikannya adalah, memiliki baju *second* dengan predikat *besseler* merupakan suatu kebanggaan tersendiri. Baju *second* dengan predikat *besseler* memiliki harga jual tinggi bahkan bisa lebih dari HK (Harga Katalog). Kecintaan dan koleksi yang menjadikan para pecinta baju *tuneeca* tidak menghiraukan itu bekas atau baru, yang terpenting adalah bisa memiliki barang yang diinginkan.

Grup *Lego Tuneeca New N Preloved* dibentuk oleh akun *Madinah Hijab* dengan pengelola yang bernama Umratul

Khasanah. Pengelola ini beralamatkan di Jalan Kyai Ilyas gang X no. 10, Lumajang, Jawa Timur dengan narahubung 0812334355139. Umratul telah aktif sebagai penjual *online Tuneeca* sejak tahun 2013 dan sudah banyak dikenal dikalangan pecinta *Tuneeca*. Hingga saat ini, jumlah anggota yang telah bergabung dalam grup tersebut mencapai 8.976 dan jumlah yang belum dikonfirmasi sejumlah 1.101.

Perbedaan usia, latar belakang ekonomi, sosial, dan pendidikan antara penjual dan pembeli akan memberi pengaruh dalam penggunaan bahasa. Masyarakat sekarang ini umumnya sudah mampu mencampurkan penggunaan bahasa Indonesia dengan bahasa daerah, bahkan bahasa internasional. Hal ini sudah sering terjadi dalam percakapan penjual dan pembeli yang dilakukan pada transaksi di media *daring* Parahnya, pencampuran bahasa yang digunakan sudah tidak lagi dianggap menyimpang dan justru telah dianggap sebagai cara untuk mempermudah mencapai kesepakatan. Kejadian seperti itu, dalam dunia berbahasa biasa dikenal dengan sebutan campur kode.

Campur kode umunya terjadi dalam situasi tidak resmi atau informal. Hal ini bisa terjadi karena penutur sudah terbiasa menggunakan bahasa dengan cara yang seperti itu. Menurut Istiati (dalam Suandi, 2014: 140), sumber dari campur kode bisa datang dari kemampuan berbahasa, bisa pula datang dari kemampuan berkomunikasi, yakni tingkah laku. Oleh karena itu, perbedaan tingkah laku dan penggunaan berbahasa antara penjual dan pembeli dapat menimbulkan adanya campur kode pada kegiatan bertransaksi.

BAB II

TEORI

A. Sociolinguistik

Sociolinguistik merupakan kata yang tergabung dari dua kata yaitu sosiologi dan linguistik. Menurut Chaer dan Agustina (dalam Aslinda, 6: 2007), sosiologi adalah kajian ilmiah dan objektif yang membahas tentang manusia dalam masyarakat dan mengenai lembaga-lembaga serta proses sosial yang terjadi dalam masyarakat. Linguistik merupakan salah satu ilmu bahasa yang menjadikan bahasa sebagai objek kajiannya. Berdasarkan kedua pengertian tersebut, dapat diiperoleh pemahaman singkat bahwa sociolinguistik adalah ilmu yang mempelajari tentang bahasa di dalam masyarakat. Sociolinguistik juga membahas tentang kaitan bahasa dengan fungsi sosial dan kultural.

B. Kedwibahasaan

Kedwibahasaan artinya kemampuan/kebiasaan yang dimiliki oleh penutur dalam menggunakan bahasa. Banyak aspek yang berhubungan dengan kajian kedwibahasaan, antara lain aspek sosial, individu, pedagogis, dan psikologi. Di sisi lain, kata kedwibahasaan ini mengandung dua konsep, yaitu kemampuan mempergunakan dua bahasa/bilingualitas dan kebiasaan memakai dua bahasa/ *bilingualism*. Dalam bilingualitas, dibicarakan tingkat penguasaan bahasa dan jenis keterampilan yang dikuasai, sedangkan dalam *bilingualism* dibicarakan pola-pola penggunaan kedua bahasa yang bersangkutan, seringnya

dipergunakan setiap bahasa, dan dalam lingkungan bahasa yang bagaimana bahasa-bahasa itu dipergunakan. Di samping bilingualitas dan *bilingualism*, dalam kedwibahasaan juga dibicarakan masalah alih kode (*code switching*), campur kode (*code mixing*), interferensi dan integrasi.

Di bawah ini adalah pendapat-pendapat atau definisi tentang kedwibahasaan oleh para pakar antara lain:

1. Kedwibahasaan merupakan kemampuan berbicara dua bahasa dengan sama atau hampir sama baiknya. Secara teknis pendapat ini mengacu pada pengetahuan dua bahasa.
2. MacKey Kedwibahasaan adalah pemakaian yang bergantian dari dua bahasa. Perluasan pendapat ini dikemukakan dengan adanya tingkatan kedwibahasaan dilihat dari segi penguasaan unsur gramatikal, leksikal, semantik, dan gaya yang tercermin dalam empat keterampilan berbahasa, yaitu mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis.
3. Hartman dan Stork Kedwibahasaan adalah pemakaian dua bahasa oleh seorang penutur atau masyarakat ujaran.
4. Bloomfield Kedwibahasaan merupakan kemampuan untuk menggunakan dua bahasa yang sama baiknya oleh seorang penutur. Merumuskan kedwibahasaan sebagai penguasaan yang sama baiknya atas dua bahasa atau *native like control of two languages*. Penguasaan dua bahasa dengan kelancaran dan ketepatan yang sama seperti penutur asli sangatlah sulit diukur.
5. Haugen Kedwibahasaan adalah tahu dua bahasa. Jika diuraikan secara lebih umum maka pengertian kedwibahasaan adalah pemakaian dua bahasa secara bergantian baik secara produktif maupun reseptif oleh seorang individu atau oleh masyarakat. Mengemukakan

kedwibahasaan dengan tahu dua bahasa (knowledge of two languages), cukup mengetahui dua bahasa secara pasif atau understanding without speaking.

6. Tarigan Kedwibahasaan yang berarti orang yang dapat berbicara dengan lancar secara bergantian dalam dua bahasa atau lebih. Dari pelbagai pendapat tokoh di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa kedwibahasaan berhubungan erat dengan pemakaian dua bahasa atau lebih oleh seorang dwibahasawan atau masyarakat dwibahasawan secara bergantian. Pengertian kedwibahasaan adalah pemakaian dua bahasa secara bergantian baik secara produktif maupun reseptif oleh seorang individu atau oleh masyarakat.

C. Alih Kode dan Campur Kode

1. Alih Kode Alih kode (*code switching*) adalah peristiwa peralihan dari satu kode ke kode yang lain. Misalnya penutur menggunakan bahasa Indonesia beralih menggunakan bahasa Jawa. Alih kode merupakan salah satu aspek ketergantungan bahasa (*language dependency*) dalam masyarakat multilingual. Dalam masyarakat multilingual sangat sulit seorang penutur mutlak hanya menggunakan satu bahasa. Dalam alih kode masing-masing bahasa masih cenderung mendukung fungsi masing-masing dan masing-masing fungsi sesuai dengan konteksnya. Appel memberikan batasan alih kode sebagai gejala peralihan pemakaian bahasa karena perubahan situasi. Suwito (1985) membagi alih kode menjadi dua, yaitu 1). alih kode ekstern bila alih bahasa, seperti dari bahasa Indonesia beralih ke bahasa Inggris atau sebaliknya dan 2). alih kode intern bila alih kode

berupa alih varian, seperti dari bahasa Jawa ngoko merubah ke krama. Beberapa faktor yang menyebabkan alih kode adalah: 1). Penutur seorang penutur kadang dengan sengaja beralih kode terhadap mitra tutur karena suatu tujuan. Misalnya mengubah situasi dari resmi menjadi tidak resmi atau sebaliknya. 2). Mitra Tutur mitra tutur yang latar belakang kebahasaannya sama dengan penutur biasanya beralih kode dalam wujud alih varian dan bila mitra tutur berlatar belakang kebahasaan berbeda cenderung alih kode berupa alih bahasa. 3). Hadirnya Penutur Ketiga untuk menetralisasi situasi dan menghormati kehadiran mitra tutur ketiga, biasanya penutur dan mitra tutur beralih kode, apalagi bila latar belakang kebahasaan mereka berbeda. 4). Pokok Pembicaraan Pokok Pembicaraan atau topik merupakan faktor yang dominan dalam menentukan terjadinya alih kode. Pokok pembicaraan yang bersifat formal biasanya diungkapkan dengan ragam baku, dengan gaya netral dan serius dan pokok pembicaraan yang bersifat informal disampaikan dengan bahasa takbaku, gaya sedikit emosional, dan serba seenaknya. 5). Untuk membangkitkan rasa humor biasanya dilakukan dengan alih varian, alih ragam, atau alih gaya bicara. 6). Untuk sekadar bergengsi walaupun faktor situasi, lawan bicara, topik, dan faktor sosio-situasional tidak mengharapkan adanya alih kode, terjadi alih kode, sehingga tampak adanya pemaksaan, tidak wajar, dan cenderung tidak komunikatif.

2. Campur kode terjadi pada komunikasi verbal berupa tulis maupun lisan. Menurut Nababan (dalam Suandi, 139—

140: 2014) campur kode ialah percampuran dua atau lebih bahasa atau ragam bahasa dalam suatu tindak bahasa (*speech act* atau *discourse*) tanpa ada sesuatu dalam situasi berbahasa itu yang menuntut pencampuran bahasa itu. Terjadinya campur kode tanpa disadari dapat disebabkan oleh perilaku atau kebiasaan si pengguna bahasa tersebut. Terdapat dua faktor yang menjadi latar belakang terjadinya campur kode yakni faktor penutur dan faktor kebahasaan. Faktor penutur dapat dilihat dari bahasa ibu yang dimiliki oleh penutur kemudian penggunaannya biasa disisipi dalam penggunaan bahasa daerah di tempatnya berada. Sedangkan faktor kebahasaan dapat diketahui saat penutur berusaha mencampurkan bahasanya dengan kode bahasa lain untuk mempercepat penyampaian pesan.

a. Ciri-ciri Campur Kode (*Code Mixing*)

- 1) Campur kode tidak dituntut oleh situasi dan konteks pembicara seperti yang terjadi dalam alih kode, tetapi tergantung kepada pembicaraan (fungsi bahasa)
- 2) Campur kode terjadi karena kesantiaian pembicara dan kebiasaannya dalam pemakaian bahasa.
- 3) Campur kode pada umumnya terjadi dan lebih banyak dalam situasi tidak resmi (informal)
- 4) Campur kode berciri pada ruang lingkup di bawah klausa pada tataran yang paling tinggi dan kata pada tataran rendah.

b. Macam-macam Campur Kode

Berdasarkan asal usul serapannya, campur kode dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu campur kode ke dalam (*Inner Code Mixing*), campur kode ke luar (*Outer Code Mixing*), dan campur kode campuran (*Hybrid Code Mixing*).

1) Campur Kode Ke Dalam (*Inner Code Mixing*)

Campur kode ke dalam (*inner code mixing*) adalah jenis campur kode yang menyerap unsur-unsur bahasa asli yang masih sekerabat. Misalnya dalam peristiwa campur kode tuturan bahasa Indonesia terdapat di dalam unsur-unsur bahasa Jawa, Sunda, Bali, dan bahasa daerah lainnya.

2) Campur Kode Ke Luar (*Outer Code Mixing*)

Campur kode ke luar (*outer code mixing*) adalah campur kode yang menyerap unsur-unsur bahasa asing, misalnya gejala campur kode pada pemakaian bahasa Indonesia terdapat sisipan bahasa Belanda, Inggris, Arab, Bahasa Sansekerta, dll

3) Campur Kode Campuran (*Hybrid Code Mixing*)

Campur Kode campuran (*hybrid code mixing*) ialah campur kode yang didalamnya (mungkin klausa atau kalimat) telah menyerap unsur bahasa asli (bahasa-bahasa daerah) dan bahasa asing.

c. Campur kode juga bisa diklasifikasikan berdasarkan tingkat perangkat kebahasaan. Berdasarkan kategori tersebut campur kode bisa dibedakan menjadi 3 jenis :

1) Campur kode pada tataran Klausa (campur Kode Klausa)

Campur kode pada tataran klausa merupakan campur kode yang berada pada tataran paling tinggi.

2) Campur kode pada tataran Frasa (Campur Kode Frasa)

Campur kode pada tataran frasa setingkat lebih rendah dibanding dengan campur kode pada tataran klausa.

3) Campur kode pada tataran kata (Campuran Kode Kata)

Campuran kode pada tataran kata merupakan campuran kode yang paling banyak terjadi pada setiap bahasa. Campur kode pada tataran kata bisa berwujud kata dasar (kata tunggal), bisa berupa kata kompleks, kata berulang, dan kata majemuk.

d. Faktor Penyebab Campur Kode

Ada beberapa faktor campur kode menurut Prof.Suandi (2014: 143-146) yaitu:

1) Keterbatasan Penggunaan Kode

Faktor keterbatasan kode terjadi apabila penutur melakukan campur kode karena tidak mengerti padanan kata, frasa atau klausa dalam bahasa dasar yang digunakannya. Campur kode karena faktor ini lebih dominan terjadi ketika

penutur bertutur dengan kode dasar BI dan BJ. Keterbatasan ini menyebabkan penutur menggunakan kode yang lain dengan kode dasar pada pemakaian kode sehari-hari.

2) Penggunaan Istilah yang Lebih Populer,

Dalam kehidupan sosial, terdapat kosakata tertentu yang dinilai mempunyai padanan yang lebih populer.

3) Pembicara dan Pribadi Pembicara

Pembicara terkadang sengaja melakukan campur kode terhadap mitra bahasa karena dia memiliki maksud dan tujuan tertentu. Dipandang dari pribadi pembicara, ada berbagai maksud, dan tujuan melakukan campur kode anatar lain pembicara ingin merubah situasi pembicaraan, yakni dari situasi formal yang terikat ruang dan waktu. Pembicara juga terkadang melakukan campur kode dari satu bahasa ke bahasa lain karena faktor kebiasaan dan kesantiaian.

4) Mitra Bicara

Mitra bicara dapat berupa individu atau kelompok. Dalam masyarakat bilingual, seorang pembicara yang mula0mula menggunakan satu bahasa dapat melakukan campur kode menggunakan bahasa lain deng mitra bicaranya yang memiliki latar belakang daerah yang sama.

5) Tempat Tinggal dan Waktu Pembicaraan Berlangsung

6) Modus Pembicaraan

Modus pembicaraan merupakan sarana yang digunakan untuk berbicara. Modus lisan (tatap muka, melalui telepon, atau audio visual) lebih banyak menggunakan ragam nonformal dibandingkan dengan modus tulis (surat dinas, surat kabar, buku ilmiah) yang biasanya menggunakan ragam formal. Dengan modus lisan lebih sering terjadi campur kode dibandingkan dengan modus tulis.

7) Topik

Campur kode dapat disebabkan karena faktor topik. Topik ilmiah disampaikan dengan menggunakan ragam formal. Topik non ilmiah disampaikan dengan “bebas” dan “santai” dengan menggunakan ragam formal. Dalam ragam non formal terkadang terjadi “penyisipan” unsur bahasa lain, disamping itu topik pembicaraan nonilmiah (percakapan sehari-hari) menciptakan pembicaraan yang santai. Pembicaraan yang santai itulah yang kemudian mendorong adanya campur kode.

8) Fungsi dan Tujuan

Fungsi bahasa yang digunakan dalam pembicaraan didasarkan pada tujuan berkomunikasi, fungsi bahasa merupakan ungkapan yang berhubungan dengan tujuan tertentu, seperti memerintah, menawaarkan, mengumumkan, menggunakan, memarahi dan sebagainya. Pembicaraan

menggunakan bahasa menurut fungsi yang dikehendaknya sesuai dengan konteks dan situasi berkomunikasi. Campur kode dapat terjadi karena situasi dipandang tidak sesuai atau relevan. Dengan demikian, campur kode menunjukkan adanya saling ketergantungan anatara fungsi kontekstual dan situasional yang relevan dalam pemakaian dua bahasa atau lebih.

9) Ragam dan Tingkat Tutur Bahasa

Pemilihan ragam dan tingkat tutur bahasa banyak didasarkan pada pertimbangan pada mitra bicara. Pertimbangan ini menunjukkan suatu pendirian terhadap topik tertentu atau relevansi dengan situasi tertentu. Campur kode lebih sering muncul pada penggunaan ragam nonformal dan tutur bahasa daerah jika dibandingkan dengan penggunaan ragam bahasa tinggi.

10) Hadirnya Penutur Ketiga

Dua orang yang berasal dari etnis yang sama pada umumnya saling berinteraksi dengan bahasa kelompok etniknya. Tetapi apabila kemudian hadir orang ketiga dalam pembicaraan tersebut dan orang tersebut memiliki latar belakang kebahasaan yang berbeda, maka biasanya dua orang yang pertama beralih kode ke bahasa yang dikuasai oleh orang ketiga tersebut. Hal tersebut dilakukan untuk menetralisasi situasi dan sekaligus menghormati hadirnya orang ketiga tersebut.

11) Pokok Pembicara

Pokok pembicaraan atau topik merupakan faktor dominan yang menentukan terjadinya campur kode. Pokok pembicaraan pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua golongan besar yaitu (pokok pembicaraan yang bersifat formal dan bersifat informal).

12) Untuk Membangkitkan Rasa Humor

Campur kode sering dimanfaatkan pemimpin rapat untuk menghadapi ketegangan yang mulai timbul dalam memecahkan masalah atau kelesuan karena telah cukup lama bertukar pikiran, sehingga memerlukan rasa humor. Bagi pelawak hal tersebut berfungsi untuk membuat penonton merasa senang dan puas.

13) Untuk Sekedar Bergengsi

Sebagian penutur ada yang melakukan campur kode sekedar untuk bergengsi. Hal itu terjadi apabila faktor situasi, lawan bicara, topik, dan faktor-faktor situasional yang lain sebenarnya tidak mengharuskan penutur untuk melakukan kode atau dengan kata lain, naik fungsi kontekstulnya atau situasi relevansinya.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Jenis dan Bentuk Campur Kode Dalam Transaksi *Lego Tuneeca New N Preloved*

Data 1 (KD 1)

- Pembeli 1 (Dharin) : “Bismillah nyabar size M harga 300 kalo ada yang ada batik-batiknya ya makasih”
- Penjual 1 (Maesa) : “M Vgc under 300”
- Pembeli 1 (Dharin) : “Mba apa ini ada nuansa batiknya?”
- Penjual 1 (Maesa) : “Tidak Mba”
- Pembeli 1 (Dharin) : “Hehehe Ok mba maksh banyak ya”
- Penjual 1 (Maesa) : “sama-sama mba say”
- Penjual 2 (Candra) : “M NWT dpt dr group juga, sama pemilik yang dl lengan sdh dipotong tapi g kasih konfirmasi, d sy cingkrang, rugi aja 300 rb net.
- Pembeli 2 (Mah) : “d potong ya berapa senti mba
- Penjual 2 (Candra) : “3 cm mba katanya”
- Pembeli 2 (Mah) : “mau liat asli ya mb”
- Penjual 2 (Candra) : “inbox mba”

Peristiwa di atas merupakan percakapan transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli melalui media daring *Faceebook*. Penjual dan pembeli ini tidak lain adalah anggota yang bergabung dalam grup atau kelompok *Lego Tuneeca New N*

Preloved (jual beli koleksi busana wanita). Apabila mengamati percakapan yang terjadi antara penjual dan pembeli tampak adanya penggunaan bahasa yang tidak konsisten terhadap latar belakang di mana mereka berasal. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah modus pembicaraan agar lebih menarik dalam system jual beli. Tentu dalam hal ini dinamakan campur kode bahasa atau tepatnya campur kode ke luar (*Outer Code Mixing*) yaitu campur kode yang menyerap unsur-unsur bahasa asing (Inggris dan Arab). Mengacu pada tataran linguistik, campur kode bahasa bisa dalam bentuk tataran kata, frasa, dan kalimat. Adapun campur kode yang telah teridentifikasi baik dari jenis atau bentuknya, sebagai berikut.

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
1	Pembeli 1 (Dharin)	Bismillah	Dengan menyebut nama Allah	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata
		Size M (medium)	Ukuran sedang		Frasa
2	Penjual 1 (Maesa)	M Vgc under 300 (medium very good condition)	Ukuran sedang kondisi barang bagus di bawah 300	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
3	Penjual 2 (Candra)	M NWT (medium new with tagg)	Ukuran sedang kondisi baru berlabel	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
		roup	Grup/kelompok		Campur kode ke

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
				luar (<i>Outer code mixing</i>)	
		Inbox	Pesan masuk	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata

Berdasarkan tabel di atas terdapat campur kode keluar yang berasal dari bahasa arab yaitu bentuk kata “bismillah” yang artinya dengan menyebut nama Allah”, digunakan oleh pembeli 1 (Dharin) sebagai salam pembukaan. Selain itu, terdapat campur kode keluar yang berasal dari bahasa Inggris, yaitu dalam bentuk frasa “M Vgc under 300” (*medium very good condition*), artinya ukuran sedang kondisi barang bagus di bawah 300; bentuk frasa “M NWT (*medium new with tagg*), artinya ukuran sedang kondisi baru berlabel; bentuk kata “group”, artinya grup/kelompok; dan bentuk kata “inbox”, artinya pesan masuk. Factor yang mempengaruhi adalah pembicara dan pribadi pembicara. Melihat profil yang mengucapkan bismillah memiliki agama islam. Sehingga dalam percakapan dimulai pembukaan dengan basmalah. Selain itu di grup ini dominan beragama islam karena yang dijual dan desain kebanyakan diutamakan untuk muslim.

Data 2 (KD 3)

- Pembeli 1 (El-Chasan) : “nyabar size xs. Barang kali masih ada yang punya”
- Anggota grup : “up”
- Penjual 1 (Aprianti) : “ada bun...mau??”
- Anggota grup : “mba Farida”
- Penjual 2 (Farida) : “makasih mba”
- Penjual 2 (Farida) : “monggo”

Percakapan di atas dimulai oleh seorang pembeli (El-Chasan) yang sedang mencari barang dalam grup/kelompok tersebut. Pencarian barang dilakukan dengan menggunakan bahasa yang sudah familiar (umum dapat dikenal) dalam peristiwa transaksi jual beli. Penggunaan bahasa tersebut apabila mengacu pada campur kode maka dapat dikategorikan ke dalam campur kode campuran. Dikatakan campur kode campuran karena dalam percakapan tersebut terdapat dua Bahasa yaitu Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia. Selain itu, berbeda dengan data sebelumnya di mana dalam data 4 ini terdapat jenis campur kode ke dalam (*Inner Code Mixing*), yaitu campur kode yang menyerap unsur-unsur bahasa asli yang masih berkerabat dengan bahasa Indonesia. Unsur-unsur bahasa asli yang dimaksud adalah bahasa Jawa yang digunakan oleh penjual (Farida) dalam menanggapi atau merespon pembeli. Adapun jenis dan bentuk campur kode yang telah diketahui dari data di atas, sebagai berikut.

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
1	Pembeli 1 (El-Chasan)	nyabar size xs	Cari barang ukuran paling kecil	Campur kode campuran (<i>Hybrid code mixing</i>)	Frasa
2	Penjual 2 (Farida)	Monggo	Silahkan	Campur kode ke dalam (<i>Inner code mixing</i>)	Kata

Berdasarkan tabel tersebut terdapat campur kode campuran (*Hybrid code mixing*) dan campur kode ke dalam (*inner code mixing*). Seperti halnya bahasa yang digunakan oleh pembeli 1 (El-Chasan) yaitu dalam bentuk frasa “nyabar size xs”, memiliki arti “cari barang ukuran paling kecil”. Kemudian, campur kode yang telah diketahui adalah campur kode ke dalam (*inner code mixing*), yaitu dalam bentuk kata “monggo”, memiliki arti “silahkan”. Dapat disimpulkan bahwa bentuk campur kode yang telah diketahui dari data di atas adalah campur kode dalam bentuk frasa dan kata. Faktor yang melatarbelakangi penggunaan campur kode ini adalah faktor tempat tinggal. Orang yang menyampaikan kata “monggo” adalah orang asli Jawa Timur. Sesuai dengan akun pribadinya ada keterangan berasal dari Jawa Timur

Data 3 (KD 4)

- Penjual 1 (Annisa) : “Bismillah...Mau buka lapak khusus lawasan, ngurangi stok dirumah... yang punya lawasan NWT atau seken goodcon monggo barengan disini...Bakule lawas lovers”
- Penjual 2 (laila) : “Preloved, Wa 081901575111, shoope:Lanina_shop, Tokopedia:secondmart, Pengiriman: J&T dari bekasi.
- Penjual 3 (inoyji) : size M sale NWT (menyertakan gambar sesuai kartu data)
- Pembeli 1 (Ani) : “Berapa mba Inoyji”
- Penjual 3 (Inoyji) : “ inbok ya mba”
- Penjual 4 (Marseila) : “M NWT 375 (menyertakan gambar bajunya)
- Penjual 5 (Lindya Luckyta) : “size M. PL (menyertakan 3 gambar yaitu edisi *Mythical Frightening*, edisi *Hylariosly Tribalism*, dan edisi batik *Hy Touch Your Mind*)
- Pembeli 2 (moms danif) : “Mupeng Htym (*Hy Touch Your Mind*) size s”
- Pembeli 3 (Inoyji) : “Batik kanan brp”
- Penjual 5 (Lindya L) : “ inbox yuks mbak”

- Penjual 6 (Dian Kusuma) : “S vgc” (menyertakan gambar baju edisi *Timessness Soffly*)
- Pembeli 4 (Zairotul) : “brp”
- Penjual 6 (Dian Kusuma) : “700rb mba zairotul Munawwaroh”
- Penjual 7 (Yen-Chuf Bahalap) : “S PL. Edisi apa lupa. No plastik. No tag n kancing. 200”. “SOLD”
- Penjual 8 (Wien Rifai) : “Size s New 600” (menyertakan gambar edisi *Let’s Action*)
- Pembeli 5 (anis Mahbubah) : “Barter Mau mba”
- Penjual 8 (Wien Rifai) : “ dijual aja mba”
- Penjual 9 (Binti S Rahmanu) : “Integral Xs PL kondisi bagus...jual murah azaa”
- Pembeli 6 (Mamanya abid) : “Brapa mba??”
- Penjual 9 (Binti S Rahman) : “560 mba say”. “nego sedikit boleh by inbox jaa”

Pada data transaksi di atas dimulai dengan wacana oleh seorang penjual atau bisa juga seorang kolektor Tuneeca. Wacana yang menawarkan dan membuka lahan jualan untuk

beberapa orang yang memiliki koleksi Tuneeca baik bekas maupun baru namun dengan catatan edisi “lawasan” atau edisi lama. Sehingga disini terjadi percakapan dari beberapa penjual dan pembeli serta barang yang ditawarkanpun beberapa model. Kata lawasan muncul karena di dalam grup ini kebanyakan orang asli Jawa, namun karena penyebutan lawasan di grup ini sudah sering muncul maka bukan kata asing lagi bagi para pengguna di dalam grup ini, mereka sudah memahami maksudnya bahwa kata lawasan memiliki arti barang atau desain lama. Kata “lawasan” bukan bermakna barang bekas atau barang kadaluarsa, namun justru barang yang muncul sudah lama dengan peminat banyak dan biasanya justru dicari oleh kolektor Tuneeca.

Hal yang unik dalam transaksi di atas adalah ketika percakapan terjadi yang berupa campur kode, posisi penjual bisa menjadi posisi pembeli karena terjadi transaksi barang yang ditawarkan oleh orang-orang tersebut menarik perhatian yang lainnya. Contohnya penjual 3 (Inoyji) yang semula menawarkan koleksinya bisa berubah posisi sebagai pembeli. Baju koleksi penjual 5 (lyndya Luckyta) yang disajikan dalam percakapan ternyata membuat si penjual 3 yaitu Inoyji tertarik untuk menanyakan harga. Maka keunikan ngrup ini adalah bisa menawarkan barang atau koleksi pribadinya. Tidak harus penjual murni yang menawarkan barang, namun pemilik tuneeca bisa menjual koleksinya sesuai dengan harga pasaran atau harga yang ditawarkan pemilik pribadi. Mengingat merk ini memiliki harga tinggi, maka system atau pembentukan grup ini memudahkan jual beli. Jika dijual ditempat umum susah sekali laku karena harga tinggi.

Kemudahan komunikasi pada grup atau kelompok *Lego Tuneeca New N Preloved* disini adalah kemudahan dalam

menawarkan barang-barang koleksi yang dimiliki mereka. Kemudahan menjual dengan harga yang bisa diatur sesuai dengan keinginan tanpa terpatok oleh harga kusus. Kesantiaian dan bahasa yang komunikatif dalam berkomunikasi yang merupakan salah satu faktor terjadinya campur kode. Dalam data yang disajikan di atas campur kode yang digunakan oleh penjual dan pembeli adalah campur code campuran (*Hybrid Code Mixing*). Campur kode campuran disini adalah jenis campuran kode yang di dalamnya (mungkin frasa, klausa atau kalimat) telah menyerap unsur bahasa asli (bahasa-bahasa daerah) dan bahasa asing. Bentuk campur kode yang terjadi dalam percakapan pada umumnya berupa campur kode tataran kata, frasa, dan klausa. Adapun jenis dan bentuk yang telah diketahui dari percakapan data 3 di atas sebagai berikut.

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
1	Penjual 1 (Annisa)	Bismillah	Dengan menyebut nama Allah	Campur kode campuran (<i>Hybrid code mixing</i>)	Kata
		lawasan NWT (new with tagg)	Barang lama berlabel		Frasa
		seken goodcon (good condition)	Bekas kualitas baik		Frasa
		Bakule lawas lovers	Pedagang pecinta barang lama		Frasa

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
2	Penjual 2 (laila)	Preloved	Bekas kecintaan	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata
3	Penjual 3 (inoyji)	size M sale NWT	Dijual ukuran sedang kondisi baru berlabel	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
		Inbox	Pesan masuk	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata
4	Pembeli 2 (moms danif)	Mupeng Htym (<i>Hy Touch Your Mind</i>) size s (small)	Muka pengen menyentuh pikiranmu ukuran kecil	Campur kode campuran (<i>Hybrid code mixing</i>)	Frasa
5	Penjual 6 (Dian Kusuma)	S vgc (very good condition)	Ukuran kecil kondisi sangat baik)	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
6	Penjual 7 (Yen-Chuf Bahalap)	Sold	Terjual	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata

Berdasarkan tabel tersebut diketahui terdapat campur kode campuran (*hybrid code mixing*) dan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Campur kode yang terdapat dalam tuturan Annisa (Penjual 1), yaitu termasuk jenis campur kode campuran (*hybrid code mixing*) dan termasuk dalam bentuk tataran gramatikal kata dan frasa. Hal tersebut dikarenakan penjual 1 memakai bahasa campuran yaitu bahasa Asing (Inggris) dan bahasa Jawa dalam menawarkan barangnya. Seperti halnya dalam bentuk kata “Bismillah” yang berarti “dengan menyebut nama Allah” yang dipakai sebagai salam pembuka. Kemudian, bentuk frasa seperti “lawasan NWT (*new with tagg*) artinya “barang lama berlabel”, seken goodcon (*good condition*) artinya “bekas tetapi kondisi baik”, “bakule lawas lovers” artinya “pedagang pecinta barang lama”; digunakan dalam merespon para pembeli. Hal yang sama dilakukan juga oleh pembeli 2 (moms danif) yang memakai bahasa campuran dan berupa tataran frasa, yaitu “Mupeng Htym (*Hy Touch Your Mind*) size s (small)” artinya “Muka pengen menyentuh pikiranmu ukuran kecil”.

Campur kode ke luar yang terdapat dalam percakapan di atas adalah campur kode yang menyerap bahasa Inggris yang sama-sama digunakan dalam transaksi tersebut. Seperti halnya bahasa yang digunakan oleh Laila (Penjual 2) yaitu menggunakan bahasa Inggris “preloved” yang berarti “bekas kecintaan”; penjual 3 (Inoyji) “Size M Sale NWT” artinya “dijual ukuran sedang kondisi baru berlabel”, “inbox” artinya “pesan masuk”; penjual 6 (Dian Kusuma) “S vgc” artinya “ukuran kecil kondisi sangat baik”; dan penjual 7 (Yen-Chuf Bahalap) “Sold” artinya “terjual;”. Dari campur kode ke luar yang terjadi pada percakapan data 3 jika mengacu pada bentuk tataran gramatikal maka termasuk dalam tataran kata dan frasa.

Faktor yang mempengaruhi percakapan tersebut terjadi campur kode adalah adanya topik dan rasa gengsi. Topik disini adalah menjelaskan tentang nilai baju lama yang sekarang muncul dan dicari oleh orang banyak atau kolektor. Mengapa demikian? Karena desain baju lama dari bahanpun juga bagus dengan harga masih rendah jauh berbeda dengan desain yang muncul saat ini. Kata bakule lawasan lovers, good cond, lawasan, preloved merupakan kata yang terpilih karena sebagai wujud sikap gengsi. Gengsi disini yang dimaksud adalah penyebutan dengan Bahasa Inggris supaya lebih keren didepan para kolektor yang lain. Penyebutan untuk koleksi barang atau baju desain lama ini karena sering muncul dipercakapan sehingga banyak yang memahami maksud dari pembicaraan tersebut.

Data 4 (KD 6)

Pembeli 1 (Vinna): “Nyabar Tuneeca untuk cust size M dan 300-400 bunda Monggo bund digelar”

Penjual 1 (anindiya) : “Size M 2x Pakai lebih dari 400rb semua ya (sambil mencantumkan dua gambar)

Pembeli 2 (indah) : “telor asin nego mba” (baju sisi kanan di populerkan di grop dengan istilah telor asin karena warnanya seperti telor asin)

Penjual 1(anindiya) : “saya inbok ya bunda”

Pembeli 3 (yuni) : “Telor asin 400 mau”

Penjual 2 (indah) : “M PL Terawat murce monggo”

Pembeli 4 (Sopiya) : ” hrgx”

Penjual 2 (indah) : “300 rb freeong jawa say

Pembeli 5 (Amelliyah) : “Lokasi mana”

- Penjual 2 (indah) : “bekasi mba”
 Penjual 3 (Olivia) : ”M Nwt disc sale” (menyertakan gambar seri logaritma kode 16)
 Pembeli 6 (fhie-za) : “BRP”
 Penjual 3 (olivia) : “ Disc 50% mb jdi 582rb
 Pembeli 6 (fhie-za) : “ nego blh,, cz mw d jual lg
 Penjual 3 (olivia) : “ maff sementara onbooked. Klo bsk cancel, mb tak kabari by inbok ya”
 Penjual 4 (Khadijah) : “ Size M 300 aja ada minus, kancing tangan ada”
 Pembeli 7 (Yunlin) : “mb Nuris Dyantiyasari ak wes due iki urung to?”
 Pembeli 8 (Dheni) : ” msh kah?”
 Penjual 4 (Kahdijah) : ” Smentara on Booked”
 Pembeli 9 (Tikanura) : ” mba ini masih?”

Serupa dengan pemaparan sebelumnya bahwa ketika terjadinya transaksi barang antara penjual dan pembeli, mereka akan saling berganti peran. Seseorang yang awalnya berperan sebagai penjual tidak menutup kemungkinan akan berganti peran menjadi pembeli apabila orang lain muncul dengan menawarkan barang yang lebih menarik. Misalnya jika melihat dari Data 4 di atas, pembeli 2 (Indah) awalnya tertarik dengan barang yang ditawarkan oleh penjual 1 (Anindiya) dan segera mengirim pesan pribadi kepada penjual 1. Namun tidak lama kemudian pembeli 2 (Indah) muncul kembali dalam transaksi tersebut dan berganti peran menjadi penjual 2 (Indah) untuk menawarkan koleksi barangnya yang lain ke para anggota grup. Dari adanya proses interaksi/percakapan dan transaksi antara pembeli dan penjual

tentu tidak lepas juga adanya campur kode yang digunakan, yaitu campur kode ke dalam (*inner code mixing*), campur kode ke luar (*Outer Code Mixing*) dan campur kode campuran (*Hybrid Code Mixing*), sedangkan untuk bentuk tataran gramatikal dari campur kode tersebut berupa kata, frasa, dan kalimat. Adapun untuk lebih rinci terkait jenis dan bentuk campur kode dalam percakapan di atas, yaitu sebagai berikut.

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
1	Pembeli 1 (Vinna)	Cust (Customer)	Pelanggan	Campur kode campuran (<i>Hybrid code mixing</i>)	Kata
		Monggo	Silahkan		
2	Penjual 1 (Anindiya)	Size	Ukuran	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata
		Inbox	Pesan		
3	Penjual 2 (Indah)	PL (Pre- loved)	Barang bekas (dari yang dicintai)	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
		Freeong (Free ongkos kirim)	Bebas ongkos kirim	Campur kode campuran (<i>Hybrid</i>)	Frasa

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
				<i>code mixing</i>)	
4	Penjual 3 (Olivia)	Nwt (New With Tagg)	Baru dengan label yang menempel	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
		Disc sale (Discount sale)	Penjualan di potong harga	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
		On booked	Sedang dipesan		
		Cancel	Membatalkan	Kata	
5	Pembeli 6 (Fhie-zha)	Cz (cause)	Sebab	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata
6	Pembeli 7 (Yunlin)	Ak wes due iki urung to?	Aku sudah punya ini belum ya	Campur kode ke dalam (<i>inner code mixing</i>)	Kalimat

Berdasarkan tabel tersebut telah diketahui jenis dan bentuk campur kode bahasa, yaitu campur kode campuran (*hybrid code mixing*), campur kode ke dalam (*inner code mixing*), dan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Campur kode campuran (*hybrid code mixing*) terdapat dalam tuturan pembeli 1 (Vinna), yaitu kata “cust” atau “customer” (pelanggan) dan kata “monggo” (silahkan); dan tuturan penjual 2 (Indah), yaitu bentuk frasa “freeong” atau “free ongkos” (bebas ongkos kirim) yang merupakan bahasa campuran antara bahasa Inggris dan bahasa Indonesia.

Campur kode ke dalam (*inner code mixing*) terdapat dalam tuturan penjual 7 (Yunlin), yaitu pada kalimat: “Ak wes due iki urung to?” (Aku sudah punya ini belum ya?), kalimat tersebut merupakan bahasa serapan dari bahasa Jawa. Berbeda dengan campur kode ke dalam, percakapan dalam data 4 lebih banyak mengarah atau menggunakan campur kode bahasa ke luar (*outer code mixing*), seperti halnya pada tuturan penjual 1 (Anindiya), yaitu bentuk kata: “size” (ukuran) dan “inbox” (pesan masuk); tuturan penjual 3 (Olivia), yaitu bentuk frasa: “Nwt” atau “New with tagg” (baru dengan label yang menempel), “Disc sale” atau “Discount sale” (penjualan dipotong harga), “on booked” (sedang dipesan), dan bentuk kata: “cancel” (membatalkan); dan tuturan pembeli 6 (Fhie-zha), yaitu bentuk kata: “Cz” atau “cause” (sebab).

Data 5 (KD 8)

- Penjual 1 (Ida) : “Bismillaah... Kalo misal ini dilego ada uang mau ndak ya. Permak rapi dr L ke S di mb amara. Sekaali pakai like new cocok untuk tb 150 an...”
- Pembeli 1 (Nuruel) : “Brp mb..”
- Pembeli 2 (Jazzylah) : “Kasihno aku mba say.”
- Penjual 2 (Nuruel) : “Punya jenengan edisi terbaru..”
- Pembeli 2 (Jazzylah) : “Ngga mba...”
- Penjual 3 (Nayla) : “Numpang ya mbk Ida Rofah..q da sz M pl 1x pakai, barang kali da yg mau..”
- Pembeli 3 (Nurul) : “Berapa mb?”
- Penjual 3 (Nayla) : “Inbox nggeh mbak2”
- Pembeli 4 (Titi) : “brp”
- Penjual 4 (Mbak Nur) : “Numpang lapak mbk sy ad s+ pl”
- Pembeli 4 (Narsusanti) : “Berapa?”
- Pembeli 5 (Memey) : “Brpa mba”
- Pembeli 6 (Atik) : “Upin”
- Pembeli 7 (Iffah) : “Tinggi badan q.. sayangnya size S”
- Pembeli 8 (Neng) : “up”
- Pembeli 9 (Arihul) : “Berapa mba”
- Pembeli 10 (Aida) : “Brp Bu?”
- Penjual 1 (Ida) : “Monggo inbox mba mba sayang”

- Pembeli 11 (Lilix) : “Berapa?”
 Pembeli 12 (Husna) : “Brp mb?”
 Pembeli 3 (Nurul) : “Tertarik”
 Pembeli 13 (Agis) : “Berapa”
 Pembeli 14 (Dewi) : “brp bun”
 Pembeli 15 (Lina) : “Brp”
 Pembeli 16 (Luluk) : “Permak prmanen nggak mbak??”
 Penjual 5 (Wuri) : “Numpang promo, saya juga py xs, like new bgt, dpke kondangan 1 jam”
 Pembeli 17 (Umul) : “Cantikkk loh sayy. Aku punya”
 Penjual 6 (Princess) : “New size xs 700”

Percakapan di atas dimulai oleh tuturan penjual 1 (Ida) yang mencoba menawarkan koleksi barangnya yang baru dalam kondisi bekas satu kali pakai. Dalam menawarkan barangnya tersebut penjual 1 (Ida) tentu memakai bahasa yang tidak formal atau biasa yang digunakan oleh kelompok wanita dalam bertransaksi. Dari penawaran tersebut penjual 1 banyak mendapatkan respon dan tawaran yang menarik dari anggota grup tersebut. Penggunaan bahasa yang sama oleh pembeli terjadi dalam transaksi jual beli barang tersebut. Apabila terkait dengan percakapan data 5 di atas tentu telah diketahui adanya campur kode bahasa yang digunakan, yaitu (1) campur kode campuran (*hybrid code mixing*), (2) campur kode ke dalam (*inner code mixing*), dan (3) campur kode ke luar (*outer code mixing*). Selain itu, bentuk satuan gramatikal dari campur kode tersebut

termasuk dalam tataran kata dan frasa. Adapun lebih lengkapnya disajikan dalam tabel berikut.

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
1	Penjual 1 (Ida)	Bismillah	Dengan menyebut nama Allah	Campur kode campuran (<i>Hybrid code mixing</i>)	Kata
		Monggo	Silahkan		
		Ndak	Tidak		
		Inbox	Pesan		Frasa
Like new	Seperti baru				
2	Penjual 2 (Nuruel)	Jenangan	Kamu	Campur kode ke dalam (<i>Inner code mixing</i>)	Kata
3	Pembeli 2 (Jazzyla)	Nggak	Tidak	Campur kode ke dalam (<i>Inner code mixing</i>)	Kata
4	Penjual 4 (Mbak Nur)	PL (Pre-loved)	Barang bekas (dari yang dicintai)	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
5	Pembeli 7 (Iffah)	Size	Ukuran	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata
5	Pembeli 8 (Neng)	Up	Naik	Campur kode ke luar	Kata

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
				(<i>Outer code mixing</i>)	
6	Penjual 6 (Princess)	New size	Ukuran baru	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa

Dari tabel tersebut telah diketahui jenis dan bentuk campur kode bahasa, yaitu campur kode campuran (*hybrid code mixing*), campur kode ke dalam (*inner code mixing*), dan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Campur kode campuran (*hybrid code mixing*) terdapat dalam tuturan penjual 1 (Ida) di mana dalam satu kali tuturannya ia memakai ragam bahasa Asing (Inggris) dan bahasa Jawa, yaitu dalam bentuk kata: “bismillah” (dengan menyebut nama Allah), sebagai pembuka, “monggo” (silahkan), “ndak” (tidak), “inbox” (pesan), dan bentuk frasa: “like new” (seperti baru). kata “monggo” (silahkan); dan tuturan penjual 2 (Indah), yaitu bentuk frasa “freeong” atau “free ongkos” (bebas ongkos kirim) yang merupakan bahasa campuran antara bahasa Inggris dan bahasa Indonesia.

Campur kode ke dalam (*inner code mixing*) merupakan campur kode bahasa dari ragam bahasa Jawa dan bahasa gaul/sehari-hari, seperti pada tuturan penjual 2 (Nuruel) yaitu bentuk kata “jenengan” (kamu) dan tuturan pembeli 2 (Jazzyla) yaitu bentuk kata “nggak” (tidak). Selain itu, terdapat campur kode ke luar (*outer code mixing*) yang merupakan campur kode dari bahasa Asing (Inggris), seperti pada tuturan penjual 4 (Mbk Nur) yaitu bentuk frasa: “PL” atau “Pre loved” diartikan barang

berkas dari yang dicintai; tuturan pembeli 7 (Iffah) yaitu bentuk kata: “Size” diartikan ukuran; tuturan pembeli 8 yaitu bentuk kata “Up” (naik); dan tuturan penjual 6 (Princess) yaitu bentuk frasa: “new size” (ukuran baru).

Data 6 (KD 10)

- Pembeli 1 (Helni) : “Assalamualaikum bunda. Ada yg punya stock simply atau T warna putih diskon sale gak?”
- Penjual 1 (Nanik) : “Ada bun... Wa yuk 085xxxxxxxxx”
- Pembeli 2 (Vita) : “Up”
- Penjual 2 (Indra) : “Size s pl vvgc... Masih baru 1x pake.. Dry clean”
- Pembeli 3 (Bheta) : “Up”
- Penjual 3 (Adelia) : “Ada Bu wa saja ke 089xxxxxxxxx”

Percakapan Data 6 di atas menunjukkan bahwa proses transaksi dimulai oleh tuturan pembeli 1 (Helni) yang sedang mencari koleksi barang yang diinginkan. Dari tuturannya yang menanyakan langsung kepada seluruh anggota grup, langsung direspon dengan cepat oleh para kolektor busana/penjual yang juga merupakan salah satu anggota dari grup *Lego Tuneeca New N Preloved* tersebut. Tentu dalam percakapan antar pembeli dan penjual sama-sama menggunakan bahasa yang ragam, sehingga memicu terjadinya campur kode campuran (*hybrid code mixing*) dan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Terkait dengan jenis dan bentuk gramatikal dari campur kode tersebut, lebih lengkapnya telah diklasifikasikan dalam tabel berikut.

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
1	Pembeli 1 (Helni)	Assalamualaikum	Segala puji bagi Allah	Campur kode campuran (<i>Hybrid code mixing</i>)	Frasa
		Stock simply	Stok sederhana		Frasa
		Diskon Sale	Potongan harga pada penjualan		Frasa
2	Penjual 1 (Nanik)	Wa (Whatsapp)	Aplikasi Pesan	Campur kode keluar (<i>outer code mixing</i>)	Kata
3	Pembeli 2 (Vita)	Up	Naik	Campur kode keluar (<i>outer code mixing</i>)	Kata
4	Penjual 2 (Indra)	Size s pl vvgc (size small pre-loved very very good condition)	Ukuran kecil bekas kekasih dengan kondisi baik	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
		Dry clean	Cuci bersih		Frasa

Dari tabel tersebut telah diketahui jenis dan bentuk campur kode bahasa, yaitu campur kode campuran (*hybrid code mixing*) dan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Campur kode campuran (*hybrid code mixing*) terdapat dalam tuturan pembeli 1 (Helni) di mana dalam tuturannya ia memakai ragam bahasa Asing (Inggris) dan bahasa Arab, yaitu dalam bentuk frasa: “Assalamualaikum” (keselamatan kepada kalian), sebagai salam pembuka, “stock simply” (stok sederhana), dan “diskon sale” (potongan harga dalam penjualan). Sedangkan, campur kode ke luar (*outer code mixing*) terdapat dalam tuturan penjual 1 (Nanik), yaitu bentuk kata: “Wa” atau “whatsapp” (aplikasi pesan), pembeli 2 (Vita) “up” (naik), dan penjual 2 (Indra) dalam bentuk frasa: “Size s pl vvgc” atau “size small pre-loved very very good condition” (ukuran kecil bekas kekasih dengan kondisi baik) dan “dry clean” (cuci bersih).

Data 7 (KD 11)

- Pembeli 1 (Hanik) : “Nyabar dengan sabar sz xs pl vvgc harga cocok diambil edisi nyari kan temen yg mulai kerajinan virus t”
- Pembeli 2 (Ucik),
 Pembeli 3 (Fatmahwati),
 Pembeli 4 (Kinanthi),
 Pembeli 5 (Dian) : “Up”
- Penjual 1 (Montesa) : “Xs pl kode yg lain aja bun adu ada”
- Pembeli 1 (Hanik) : “nyari kan temen bund”
- Penjual 1 (Montesa) : “barangkali minat pl xs sy ada bbrp kolpri bun hehehe”

- Pembeli 1 (Hanik) : “kirim inbox j ntar sy tawarkan teman asal harga ibu peri y hehe”
- Penjual 1 (Montesa) : “Sdh di inbox bun”
- Pembeli 1 (Hanik) : “Makasih”
- Pembeli 6 (Siti) : “Inbox dong bun pict size xs”
- Penjual 1 (Montesa) : “siap mb”
- Penjual 2 (Lise) : “Yg nwt sale gede mau kah?”
- Pembeli 7 (Montesa) : “Disk berapa mba?”
- Penjual 2 (Lise) : “Cem macem, tapi kode lain”
- Pembeli 7 (Montesa) : “Pingin yg seperti saya posting mbk”
- Penjual 2 (Lise) : “Habis say”
- Penjual 3 (Indah) : “Punya m nwt kanan”
- Pembeli 1 (Hanik) : “nyari xs say”
- Penjual 4 (Mbak Nur) : “Ad yng kiri s mbk”

Serupa data sebelumnya, percakapan Data 7 di atas menunjukkan bahwa proses transaksi dimulai juga oleh tuturan pembeli 1 (Hanik) yang sedang mencari koleksi barang yang diinginkan dan tentunya dengan harga yang sesuai. Dari tuturannya yang menanyakan langsung kepada seluruh anggota grup, mendapatkan respon dengan cepat oleh para kolektor busana/penjual dan langsung menawarkan kepada pembeli 1 (Hanik). Namun, penawaran barang yang bagus dan harga yang menarik oleh para penjual, ternyata memicu keinginan yang sama untuk membeli barang tersebut oleh anggota lain dalam grup *Lego Tuneeca N Preloved*. Tidak lepas dari pemakaian bahasa yang beragam, maka tidak menutup kemungkinan juga terjadinya campur kode campuran (*hybrid code mixing*), campur kode ke dalam (*inner code mixing*), dan campur kode ke luar

(*outer code mixing*). Adapun, terkait dengan jenis dan bentuk gramatikal dari campur kode tersebut, lebih lengkapnya telah diklasifikasikan dalam tabel berikut.

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
1	Pembeli 1 (Hanik)	sz xs pl vvgc (Size extrasmall pre-loved very very good condition)	Ukuran paling kecil bekas kekasih dengan kondisi baik	Campur kode ke campuran (<i>Hybrid code mixing</i>)	Frasa
		Inbox	Pesan		Kata
		Ntar	Sebentar		Kata
2	Penjual 1 (Montesa)	Kolpri	Koleksi pribadi	Campur kode ke dalam (<i>Inner code mixing</i>)	Frasa
3	Pembeli 2 (Ucik)	Up	Naik	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata
4	Pembeli 6 (Siti)	Pict sz xs (Picture size extrasmall)	Gambar ukuran paling kecil	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
5	Penjual 2 (Lise)	Nwt sale (New with tagg)	Jual baru dengan label yang menempel	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
		Cem macem	Macam- macam	Campur kode ke dalam (<i>Inner code mixing</i>)	Kata
		Posting	Unggah	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata

Dari tabel tersebut telah diketahui jenis dan bentuk campur kode bahasa, yaitu campur kode campuran (*hybrid code mixing*), campur kode ke luar (*outer code mixing*), dan campur kode ke dalam (*inner code mixing*). Campur kode campuran (*hybrid code mixing*) ini merupakan serapan dari unsur bahasa Asing (Inggris) dan bahasa gaul/sehari-hari, seperti yang terdapat dalam tuturan pembeli 1 (Hanik), yaitu bentuk frasa: “sz xs pl vvgc” atau “size extrasmall pre-loved very very good condition” (ukuran kecil bekas kekasih dengan kondisi baik), “inbox” (pesan masuk), “ntar” (sebentar). Campur kode keluar (*outer code mixing*), yaitu seperti pada tuturan pembeli 2 (Ucik) dalam bentuk kata: “up” (naik); tuturan pembeli 6 (Siti) dalam bentuk

frasa: “pict sz xs” atau “picture size extrasmall” (gambar ukuran paling kecil); tuturan penjual 2 dalam bentuk frasa: “nwt sale” atau “new with tagg sale” (jual baru dengan label yang menempel) dan “posting” (unggah). Campur kode ke dalam (*inner code mixing*), yaitu seperti pada tuturan penjual 1 (Montesa) dalam bentuk frasa: “kolpri” (koleksi pribadi); tuturan penjual 2 (Lise) dalam bentuk frasa: “cem-macam” (macam-macam).

Data 8 (KD 13)

- Penjual 1 (Aquilla) : “kalau aq lepas kolpri ini, adakah yg mau?? Size Xs pl”
- Pembeli 1 (Montesa) : “Hororr”
- Pembeli 2 (Laili) : “Nyimak”
- Penjual 1 (Aquilla) : “Minyak”
- Pembeli 3 (Alianda) : “Jelas e meh di cul piroo maak?”
- Penjual 1 (Aquilla) : “ksh harga sendiri”
- Pembeli 4 (Nuruel) : “Brp duit”
- Penjual 1 (Aquilla) : “Silahkan dihargai”
- Pembeli 5 (Susilawati) : “Minyak”
- Pembeli 6 (Puespita) : “Up”
- Pembeli 7 (Rifah) : “Nyimak”
- Pembeli 8 (Atikoh) : “Up”
- Penjual 1 (Aquilla) : “Penawaran tertinggi 620. Sy nunggu cm sampai jam 12 siang ini Njih, kl tdk ada yg lebih tinggi, sy lepas k mb yg nawar 620”
- Penjual 1 (Aquilla) : “Alhamdulillah sold”

Percakapan Data 8 di atas menunjukkan bahwa proses transaksi dimulai oleh tuturan penjual 1 (Aquilla) yang menawarkan koleksi pribadinya kepada anggota grup dan menunggu hingga ada yang mematok harga sesuai kondisi koleksi pribadinya. Namun, penawaran barang tidak berlangsung lama karena sebelum anggota mematok harga lewat komentarnya pada postingan penjual 1 (Aquilla) tampaknya sudah ada yang terlebih dahulu menawarkan lewat pesan pribadi. Sehingga diakhir komentar penjual 1 menegaskan bahwa koleksi pribadinya sudah mencapai kesepakatan dan terjual. Tidak lepas dari pemakaian bahasa yang digunakan dalam percakapan tersebut, tentunya terjadi campur kode campuran, yaitu campur kode campuran (*hybrid code mixing*), campur kode ke dalam (*inner code mixing*), dan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Adapun, terkait dengan jenis dan bentuk gramatikal dari campur kode tersebut, lebih lengkapnya telah diklasifikasikan dalam tabel berikut.

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
1	Penjual 1 (Aquilla)	Aq	Aku/Saya	Campur kode campuran (<i>Hybrid code mixing</i>)	Kata
		Kolpri	Koleksi Pribadi		Kata
		Size Xs pl (Extrasmall pre-loved)	Ukuran paling kecil kondisi bekas kekasih		Frasa
		Njih	Iya	Campur kode ke	Kata

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
				dalam (<i>Inner code mixing</i>)	
		Alhamdulillah sold	Segala puji bagi Allah terjual	Campur kode campuran (<i>Hybrid code mixing</i>)	Frasa
2	Pembeli 3 (Alianda)	Jelas e meh di cul piroo maak?	Pastinya mau dilepas berapa Bu	Campur kode ke dalam (<i>Inner code mixing</i>)	Kalimat
3	Pembeli 6 (Puespita)	Up	Naik	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata

Dari tabel tersebut telah diketahui jenis dan bentuk campur kode bahasa, yaitu campur kode campuran (*hybrid code mixing*), campur kode ke luar (*outer code mixing*), dan campur kode ke dalam (*inner code mixing*). Campur kode campuran (*hybrid code mixing*) ini merupakan serapan dari unsur bahasa Asing (Inggris) dan bahasa gaul/sehari-hari, seperti pada tuturan penjualan 1 (Aquilla) dalam bentuk kata: “kolpri” (koleksi pribadi) dan

bentuk frasa: “size xs pl” atau “size extrasmall pre-loved” (Ukuran paling kecil kondisi bekas kekasih). campur kode ke luar (*outer code mixing*), yaitu seperti pada tuturan pembeli 6 (Puespita) dalam bentuk kata “up” (naik). Campur kode ke dalam (*inner code mixing*), yaitu serapan dari unsur bahasa Jawa seperti tuturan penjual 1 (Aquilla) dalam bentuk kata: “njih” (iya); dan tuturan pembeli 3 (Alianda) dalam bentuk kalimat: “jelas e meh di cul piroo maak?” (pastinya mau dilepas berapa Bu?).

Data 9 (KD 14)

Penjual 1 (Rima) : “Size M nwt hk++ yg mau aj. Inbox y”

Pembeli 1 (Syasa),

Pembeli 2 (Annisa),

Pembeli 3 (Eka) : “Up”

Pembeli 4 (Nining) : “Brp bun?”

Pembeli 5 (Alisya) : “Brp”

Pembeli 6 (Yuyun) : “Loh loh knapa si cabe dihempas sayang?”

Penjual 2 (Ninda) : “Punya S pl”

Pembeli 7 (Princess) : “piro say”

Pembeli 8 (Mara) : “Brp”

Penjual 2 (Ninda) : “1jt”

Pembeli 6 (Yuyun) : “Baca inbox say”

Percakapan Data 9 di atas menunjukkan bahwa proses transaksi dimulai oleh tuturan penjual 1 (Rima) yang menawarkan barangnya kepada anggota grup/pembeli. Dilihat dari komentar para pembeli tampak transaksi belum mencapai kesepakatan, sehingga barang yang ditawarkan belum ada

kepastian sudah terjual atau belum. Tetapi apabila mengacu pada pemakaian bahasa yang digunakan, dalam percakapan tersebut tentunya terjadi campur kode ke dalam (*inner code mixing*) dan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Adapun, terkait dengan jenis dan bentuk gramatikal dari campur kode tersebut, lebih lengkapnya telah diklasifikasikan dalam tabel berikut.

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
1	Penjual 1 (Rima)	Size M nwt	Ukuran sedang barang baru berlabel	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
		Inbox	Pesan		Kata
2	Pembeli 1 (Syasa)	Up	Naik	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata
3	Pembeli 6 (Yuyun)	Si cabe	Si merah (barang yang berwarna merah)	Campur kode ke dalam (<i>Inner code mixing</i>)	Frasa
4	Penjual 2 (Ninda)	S pl (small pre-loved)	Ukuran kecil bekas kekasih	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
5	Pembeli 7 (Princess)	piro say	Berapa sayang	Campur kode ke dalam (<i>Inner code mixing</i>)	Frasa

Berdasarkan tabel tersebut telah diketahui jenis dan bentuk campur kode bahasa, yaitu campur kode ke dalam (*inner code mixing*) dan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Campur kode ke dalam (*inner code mixing*), yaitu serapan dari unsur bahasa Jawa dan bahasa gaul/sehari-hari, seperti pada tuturan pembeli 6 (Yuyun) dalam bentuk frasa: “si cabe” (si merah); dan tuturan pembeli 7 (Princess) dalam bentuk frasa: “piro say” (berapa sayang). Campur kode ke luar (*outer code mixing*), seperti pada tuturan penjual 1 (Rima) dalam bentuk frasa: “Size M nwt “ atau “Size M new with tagg” (ukuran sedang barang baru berlabel), “inbox” (pesan masuk); tuturan pembeli 1 (Syasa) dalam bentuk kata: “up” (naik); dan tuturan penjual 2 (Ninda) dalam bentuk frasa: “S pl” atau “small pre-loved” (ukuran kecil bekas kesayangan).

Data 10 (KD 16)

- Pembeli 1 (Sinta) : “Nyabar Uk. Xs NWT, siapa tahu ada bunda cantik yang rela melepas bisa hubungi wa saya 081xxxxxxx”
- Penjual 1 (Afrin) : “Sy ada yg kanan tp pl xs sekpak”
- Pembeli 2 (Montesa) : “brp mb”
- Penjual 1 (Afrin) : “1600 mb”
- Pembeli 2 (Montesa) : “Nego”
- Penjual 3 (La la) : “Mbk Dyana Dhafir ada kanan xs NWT mbk”
- Penjual 4 (Dyana) : “Ready xs m nwt mb Sin”
- Pembeli 3 (Binti) : “Disc brp MbK dyana”
- Penjual 4 (Dyana) : “Inbox mba Binti”
- Penjual 2 (Tri) : “Saya ada voyages new tp size s”
- Pembeli 4 (Hadne) : “Berapa mb Tri”
- Pembeli 5 (Leea) : “Barter mb sama log”
- Penjual 5 (Azizah) : “Maaf mbak minat saya punya diff siz s pl”
- Pembeli 1 (Sinta) : “Matur nuwun mbk laila”
- Penjual 4 (Dyana) : “mksi mba say Laila Rijal”
- Penjual 4 (Dyana) : “Ready xs m nwt mba Sinta”
- Pembeli 3 (Binti) : “Disc brp MbK dyana”
- Penjual 4 (Dyana) : “Inbox mba”
- Penjual 6 (Wiwik) : “Ijin numpang y mb.. kanan ad sekali pake sz S 1600 nego boleh.”
- Pembeli 1 (Sinta) : “Alhamdulillah terima kasih mbak mbak cantik, yang diff sdh dpt xs nwt”

- Penjual 7 (Aash) : “Mba Montessa punya yg voyages xs nwt”
- Pembeli 2 (Montesa) : “Makasi mb Assh”
- Penjual 7 (Aash) : “Sami sami”
- Penjual 8 (Montesa) : “monggo mb sy ada voyages 02 minat inbox”
- Penjual 9 (Seyzia) : “Barangkali ada yg minat kanan size m 1x pakai utk foto saja.”
- Pembeli 6 (Maisya) : “Up”
- Pembeli 7 (Desy) : “Mupeng kanan s Diskon sodara kandung”
- Penjual 8 (Montesa) : “Mba Azizah punya kanan s”
- Penjual 5 (Azizah) : “Maturnuwun mba Montesa punya saya s pl mbak desy ranasari 1,4 net”
- Penjual 8 (Montesa) : “Azizah udh murah tuh mb.”
- Penjual 10 (Sofia) : “Pnya kiri sz s like new 1x pake 30mnt ja”
- Pembeli 5 (Leea) : “Voyages Barter log mau mb?”
- Penjual 11 (Anggiet) : “Saya ada kiri size m sekali pakek”
- Pembeli 5 (Leea) : “Up”

Percakapan Data 10 di atas menunjukkan bahwa proses transaksi dimulai juga oleh tuturan pembeli 1 (Sinta) yang sedang mencari koleksi barang yang diinginkan dan tentunya dengan harga yang sesuai. Dari tuturannya yang menanyakan langsung kepada seluruh anggota grup, mendapatkan respon dengan cepat oleh para kolektor busana/penjual dan langsung menawarkan kepada pembeli 1 (Sinta). Namun, penawaran

barang yang bagus dan harga yang menarik oleh para penjual, ternyata memicu keinginan yang sama untuk membeli barang tersebut oleh anggota lain dalam grup *Lego Tuneeca N Preloved* seperti balasan komentar pembeli 2, 3, 4, 5, 6, dan 7. Apabila mengacu pada pemakaian bahasa yang beragam, maka sudah pasti akan terjadinya campur kode campuran (*hybrid code mixing*), campur kode ke dalam (*inner code mixing*), dan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Adapun, terkait dengan jenis dan bentuk gramatikal dari campur kode tersebut, lebih lengkapnya telah diklasifikasikan dalam tabel berikut.

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
1	Pembeli 1 (Sinta)	Nyabar Xs NWT (Extrasmall New With Tagg)	Cari barang paling kecil kondisi baru dan berlabel	Campur kode campuran (<i>Hybrid code mixing</i>)	Frasa
		Wa (whatsapp)	Aplikasi Pesan		Kata
		Matur nuwun	Terima kasih	Campur kode ke dalam (<i>Inner code mixing</i>)	Frasa
2	Penjual 1 (Afrin)	pl xs (preloved extrasmall)	Barang bekas kekasih ukuran sangat kecil	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa

No	Data	Ungkapan	Arti	Jenis	Bentuk
3	Penjual 4 (Dyana)	Ready xs m nwt	Tersedia paling kecil, sedang kondisi baru dan berlabel	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
		Inbox	Pesan masuk	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata
4	Pembeli 3 (Binti)	Disc (Discount)	Potongan harga	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata
5	Penjual 2 (Tri)	voyages new tp size s	Model Voyages kondisi baru tetapi ukuran kecil	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Frasa
6	Pembeli 6 (Maisya)	Up	Naik	Campur kode ke luar (<i>Outer code mixing</i>)	Kata
7	Pembeli 7 (Desy)	Mupeng	Muka pengen	Campur kode ke dalam (<i>Inner code mixing</i>)	Kata

Berdasarkan tabel tersebut telah diketahui jenis dan bentuk campur kode bahasa, yaitu campur kode campuran (*hybrid code mixing*), campur kode ke dalam (*inner code mixing*) dan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Campur kode campuran (*hybrid code mixing*), yaitu serapan dari unsur bahasa gaul/sehari-hari dan bahasa Asing (Inggris), seperti pembeli 1 (Sinta) dalam satu tuturannya memakai ragam bahasa campuran, misalnya dalam bentuk frasa: “Nyabar Xs NWT” atau “Nyari barang Extra New With Tagg” (cari barang paling kecil kondisi baru dan berlabel) dan bentuk kata: “Wa” atau “Whatsapp” (aplikasi pesan). Campur kode ke dalam (*inner code mixing*), yaitu seperti pada tuturan pembeli 1 (Sinta) dalam bentuk frasa: “matur suwun” (terima kasih); tuturan pembeli 7 (Desy) dalam bentuk kata: “mupeng” (muka pengen). Campur kode ke luar (*outer code mixing*), yaitu seperti tuturan penjual 4 (Dyana) dalam bentuk frasa: “Ready xs m nwt” atau Ready extrasmall medium new with tagg” (tersedia paling kecil, sedang, kondisi baru dan berlabel), bentuk kata: “inbox” (pesan masuk); tuturan pembeli 3 (Binti) dalam bentuk kata “Disc” atau “Discount” (potongan harga); tuturan penjual 2 (Tri) dalam bentuk frasa: “voyages new tp size s” atau “voyages new tipe size small” (Model Voyages kondisi baru tetapi ukuran kecil); dan tuturan pembeli 6 (Maisya) dalam bentuk kata: “up” (naik).

BAB IV

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Percakapan pada transaksi *Lego Tuneeca New N Preloved* ditemukan tiga jenis campur kode yaitu: campur kode ke dalam (*Inner Code Mixing*) sebanyak dua belas data, campur kode ke luar (*Outher Code Mixing*) sebanyak tiga puluh empat data, dan campur kode campuran (*Hybrid Code Mixing*) sebanyak sebelas data.
2. Ditemukan data berupa bentuk campur kode pada transaksi *Lego Tuneeca New N Preloved* yaitu kata, frasa dan kalimat. Kata sejumlah tiga puluh lima, Frasa sejumlah tiga puluh tujuh dan kalimat sejumlah dua. Namun, pada penelitian ini tidak ditemukan adanya bentuk campur kode berupa klausa.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan tentang campur kode pada transaksi *Lego Tuneeca New N Preloved* diharapkan bisa bermanfaat untuk pengembangan ilmu pada tataran ilmu linguistik. Selain itu, berdasarkan hasil kajian dapat pula diberikan saran bagi beberapa pihak sebagai berikut.

1. Peneliti ilmu kebasaaan khususnya bidang linguistik untuk memperkaya pengetahuan ilmu kebahasaan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat disajikan sumber acuan atau penelitian relevan.
2. Pakar dan penelitian bahasa, sebagai bahan pertimbangan pengkajian yang lebih mendalam terhadap sub bab campur kode yang kemudian menjadi hasil kajian ini sebagai acuan

DAFTAR PUSTAKA

- Aslinda. 2014. *Pengantar Sociolinguistik*. Bandung: Refika Aditama.Indriani.
- Chaer, Abdul. 2014. *Sociolinguistik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kamaruddin.1989. *Kedwibahasaan dan Pendidikan Bahasa*. Jakarta: Depdikbud.
- Made Sri, dkk. 2016. “Campur Kode dalam Transaksi Jual Beli pada Media.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Pateda, Mansoer. 2015. *Sociolinguistik*. Bandung: Angkasa.
- Patmadewi, Nyoman. 2014. *Sociolinguistik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suandi, I Nengah. 2014. *Sociolinguistik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarsono.2017. *Sociolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syafyahya, Leni dan Aslinda. 2007. *Pengantar Sociolinguistik*. Bandung: Refika Aditama.
- Tarigan, Henry Guntur. 2009. *Metodologi Pengajaran Bahasa*. Bandung: Angkasa.

PROFIL PENULIS



Denik Wirawati, M.Pd. Lahir di Gunungkidul 28 Desember 1985. S1 lulusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Ahmad Dahlan tahun 2008. Melanjutkan S2 di Pendidikan Bahasa Indonesia UNS lulus tahun 2010. Tenaga pengajar (dosen) di Universitas Ahmad Dahlan Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia sejak tahun 2011. Mengampu mata kuliah keterampilan yaitu Komprehensi tulis 1, membaca kritis dan kreatif, retorika, komprehensi lisan, dan Bahasa Indonesia (MKU). Tahun 2013 membuat penelitian dengan judul *Perkuliahan Membaca Kritis dan Kreatif Mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (PBSI) Berorientasi Pada Pendidikan Karakter*, Tahun 2018 judul ; *Campur Kode Pada Transaksi Lego Tuneeca New N Preloved*, Publikasi artikel ilmiah antara lain; *Religiusitas dalam Novel Wasripin dan Satinah Karya Kuntowijoyo Sebagai Sarana Pembentukan Karakter Siswa, Penanaman Pendidikan Karakter Berbasis Pembelajaran Menyimak Konsentratif dengan Media Audio, Membaca Teks Cerita sejarah hari buruh (May Day) sebagai*

membentuk karakter siswa kelas XII (pembelajaran Bahasa Indonesia Berbasis Teks cerita sejarah, Perkuliahan membaca kritis dan kreatif mahasiswa pendidikan bahasa dan sastra indonesia (PBSI) berorientasi pada pendidikan karakter. Peran Mata Kuliah Komprehensi Lisan Dalam Menumbuhkan Literasi Media Mahasiswa PBSI UAD.

Memahami Wacana

PERCAKAPAN TRANSAKSI DARING

PERSPEKTIF SOSIOLINGUISTIK



Penerbit K-Media
Bantul, Yogyakarta
@ kmediacorp
kmedia.cv@gmail.com
www.kmedia.co.id

ISBN 978-602-451-485-3

