



Volume 13 Nomor 01 Tahun 2024

Publikasi : Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, FBS, UNP

Link : <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/pbs>

CAMPUR KODE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM AKUN NANTI KITA SAMBAT TENTANG HARI INI

Fanisa Qorina Zahro¹, Nani Solihati²

Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Pos-el: fanisaqorinazahro@gmail.com¹, nani_solihati@uhamka.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to look at code mixing as a promotional medium in the Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini account and what impact is felt through the use of code-mixing. The method used in this research is descriptive qualitative with data collection techniques, namely observing and noting techniques. The listening technique is used to listen to uploads that use code mixing and the note-taking technique is used to describe the results of the code-mixing analysis as promotional media for the Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini account. The results of the study show that in the later, we will meet about today account, there is a form of code mixing between Javanese and Indonesian. The use of code mixing is used as a promotional medium. As a result, the number of followers of social media accounts increased, cooperation with large companies was established, and the products offered at the Sumber Sambat Lokapasar were sold out.

Keywords: Code Mixing, Promotional Media, Sociolinguistik.

A. Pendahuluan

Manusia dalam kehidupan sosialisasi dengan sesama manusia memerlukan sebuah alat bantu ketika menjalin komunikasi. Alat bantu komunikasi tersebut berfungsi sebagai penghubung penyampaian pesan dari penutur kepada lawan tutur. Alat bantu tersebut adalah sebuah bahasa. Manusia dalam berbahasa mampu menggunakan lebih dari satu bahasa, sebab manusia terlahir dengan kemampuan untuk menjadi bilingualisme atau dwibahasawan. Penutur dikatakan sebagai dwibahasawan sebab orang tersebut mampu menguasai dua bahasa atau lebih dalam kegiatan berkomunikasi. Salah satu contoh dwibahasawan yang kita temui dalam lingkungan kita yaitu individu yang menguasai bahasa Jawa sebagai bahasa ibu dan bahasa Indonesia sebagai bahasa kedua.

Fenomena dwibahasawan yang sering terjadi dalam berkomunikasi yaitu pergantian kode atau campur kode (*code mixing*). Fenomena campur kode dapat kita jumpai dalam kegiatan sehari-hari, baik berbahasa secara ragam tulis maupun ragam lisan. Peranan campur kode dalam masyarakat menjadi sebuah indikator penting, sebab erat hubungannya dengan pemakaian variasi bahasa oleh seseorang atau suatu kelompok masyarakat. Variasi bahasa ini terjadi karena penutur bahasa yang terdiri dari masyarakat tutur yang homogen dan interaksi sosial dalam keseharian pada masyarakat yang bilingual ataupun multilingual.

Salah satu fenomena campur kode di masyarakat Indonesia adalah campur kode bahasa Jawa dengan bahasa Indonesia. Hal tersebut memperlihatkan bahwa bahasa Jawa menjadi salah satu bahasa yang memiliki eksistensi besar selain bahasa Indonesia. Eksistensi tersebut tampak pada akun yang bernama @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini. Akun tersebut merupakan

salah satu akun yang memiliki jumlah pengikut cukup banyak di *Instagram* dan *Twitter* sebab penutur secara alami memperoleh bahasa pertama (B1) yaitu bahasa Jawa atau yang sering disebut sebagai *mother tongue* atau *native tongue* (Simatupang et al., 2018).

Akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini memanfaatkan bahasa pertama (B1) yaitu bahasa Jawa dengan mencampurkan penggunaan bahasa Indonesia dalam memasarkan produk-produk yang mereka miliki. Penggunaan campur kode tersebut terlihat melalui beberapa unggahannya. Hal tersebut membuktikan bahwa campur kode bukan hanya dipandang sebagai sebuah fenomena bahasa, namun dimanfaatkan sebagai media bisnis untuk menjalankan promosi dalam memasarkan produk.

Fakta di atas terbukti melalui usaha @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini di bidang makanan yaitu tempat makan bernama Warung Mbah Sambat yang terletak di Yogyakarta dan produk yang dijual di Lokapasar bernama Sumber Sambat. Dengan menggunakan campur kode bahasa Jawa dan bahasa Indonesia dalam produknya, mereka berhasil menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung dan melirik akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini serta membeli produk yang ditawarkan.

Akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini dimiliki oleh seorang penulis buku yang berasal dari Yogyakarta, yaitu Mas Aik. Mas Aik adalah penulis yang aktif di media sosial dan menggunakan campur kode (bahasa Jawa dan bahasa Indonesia) pada unggahannya di media sosial. Selain itu, Mas Aik juga menggunakan campur kode sebagai daya tarik dan media promosi dalam memperkenalkan usahanya di bidang kuliner dan produk di Lokapasar.

Promosi dalam usaha merupakan hal penting yang harus dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan produk dengan harapan bahwa produk akan mengalami pertumbuhan dan perkembangan dalam proses jual-beli. Seiring dengan berkembangnya zaman, mempromosikan produk dapat dilakukan dengan mudah. Penjual dapat memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produknya, hal tersebut merupakan langkah tepat karena jangkauan media sosial yang tidak terbatas. Akibatnya calon konsumen dapat mengetahui produk yang dipasarkan dalam situasi kapan saja dan dimana saja.

(Nugroho & Azzahra, 2022) Menjelaskan bahwa media sosial adalah teknologi komunikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Hal tersebut juga dilakukan oleh Mas Aik dalam mengenalkan akun @nksthi dan juga produk-produk Sambatnya. Mas Aik memanfaatkan media sosial *Instagram* dan *Twitter* sebab menurut (Hamdi et al., 2021) pengguna *Instagram* di Indonesia adalah komunitas terbesar di Asia Pasifik dan Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar *Instagram* di dunia. Oleh karena itu, pengguna Indonesia pun masuk ke dalam lima besar negara yang paling sering menggunakan *Instagram* sebagai akun bisnis, bersama Amerika Serikat, Brazil, Rusia dan Inggris Raya.

(Ramadan, 2021) Menyatakan bahwa efektivitas penggunaan media sosial sebagai media promosi usaha dapat terlihat dari frekuensi kunjungan pelanggan (*followers*) dengan mengetahui durasi kunjungan terhadap akun, jumlah pelanggan dan *retweet*, serta intensitas interaksi antara pelanggan atau konsumen dengan pelaku usaha. Efektivitas pada akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini dapat terlihat melalui jumlah pengikut di *Instagram* sebanyak 192 ribu dan *Twitter* dengan jumlah 2 juta.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis menganalisis campur kode pada akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini yang dikaji melalui pendekatan sosiolinguistik.

(Simatupang et al., 2018) menjelaskan bahwa sosiolinguistik mengkaji bagaimana pemilihan suatu bahasa dalam penggunaan bahasa tersebut dalam tuturan. Pilihan bahasa terdapat pada masyarakat yang beraneka bahasa yaitu masyarakat yang menguasai dua atau beberapa bahasa dalam kegiatan berkomunikasi. (Suharyo & Nurhayati, 2021) Menjabarkan bahwa unsur sosio atau unsur sosial berhubungan dengan masyarakat, kelompok-kelompok masyarakat, dan fungsi-fungsi kemasyarakatan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa sosiolinguistik adalah studi tentang bahasa yang berhubungan dengan penutur bahasa sebagai anggota masyarakat.

(Nuryani et al., 2021) menyatakan terdapat sebuah asumsi dasar dalam sociolinguistik bahwa setiap individu memiliki peran sosial yang bermacam-macam. Berhubungan dengan hal tersebut, bahasa digunakan sebagai bentuk tingkah laku untuk melakukan peran dalam masyarakat yang melekat pada diri individu atau penutur tersebut.

Berdasarkan teori-teori tersebut, sociolinguistik adalah salah satu kajian bahasa yang juga erat kaitannya dengan masyarakat. Kajian bahasa dan masyarakat tersebut melahirkan fenomena-fenomena berbahasa yang bervariasi. Hal tersebut terjadi sebab, bahasa merupakan bagian dari kebudayaan yang mana kebudayaan tersebut berada di dalam masyarakat. Sehingga bahasa dan kebudayaan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan.

Jumlah bahasa dan transformasi bahasa mengakibatkan masyarakat dapat memiliki kemampuan untuk menguasai lebih dari satu bahasa. Orang yang dapat menguasai dua bahasa disebut bilingual atau dalam bahasa Indonesia yaitu dwibahasawan. (Suratiningsih & Yeni Cania, 2022) Kedwibahasaan merupakan salah satu fenomena kesalahan berbahasa. Hal tersebut dapat terjadi sebab penggunaan dua bahasa dalam suatu tindak tutur. Kesalahan berbahasa tersebut dapat terjadi pada semua aspek keterampilan berbahasa, yaitu keterampilan menyimak, berbicara, membaca, dan menulis. Kedwibahasaan bisa terjadi dalam segi linguistik, seperti fonologi, morfologi, serta sintaksis, maupun dari segi non-linguistik, yaitu makna dan isi.

Masyarakat Indonesia adalah salah satu contoh masyarakat yang menggunakan lebih dari satu bahasa dalam berkomunikasi. (Wardana et al., 2022) Penguasaan dua bahasa tersebut mengakibatkan proses tuturan menggunakan bahasa pertama yang diselingi bahasa kedua. Variasi bahasa tersebut adalah alih kode dan campur kode. Peristiwa alih kode dan campur kode terjadi akibat faktor sosial memengaruhi penggunaan bahasa seseorang.

(Mustikawati, 2016) Campur kode yaitu peristiwa peralihan penggunaan suatu bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain dalam berkomunikasi. Penggunaan campur kode bertujuan untuk memperluas gaya bahasa atau ragam bahasa, pemakaian kata, klausa, idiom, dan sapaan.

Ciri dari campur kode adalah penyisipan unsur-unsur bahasa atau variasi bahasa tidak lagi mempunyai fungsi dalam suatu bahasa. Unsur tersebut menyatu dengan bahasa secara keseluruhan. Berdasarkan hal tersebut, bahasa telah menanggalkan fungsinya dan mendukung fungsi bahasa yang disisipinya.

Unsur-unsur tersebut digolongkan menjadi:

1. Campur kode yang bersumber dari bahasa asli dengan variasinya
2. Campur kode yang bersumber dari bahasa asing

Campur kode yang terjadi penyisipan unsur-unsur bahasa asli disebut campur ke dalam, sedangkan campur kode yang berasal dari bahasa asing disebut campur ke luar. Selain itu, campur kode dapat berfungsi sebagai penanda identitas. (Merry Lapasau dan Zaenal Arifin, 2016) Bahasa Indonesia sebagai penanda identitas menandakan bentuk nasionalisme dan persatuan bangsa Indonesia, sedangkan bahasa lain khususnya bahasa daerah yang digunakan dalam komunikasi sebagai campur kode menandakan bentuk ekspresi kepribadian masyarakat yang kompleks dan multikultural.

(Noviasi et al., 2022) menjelaskan bentuk-bentuk campur kode berdasarkan unsur-unsur kebahasaan. Berdasarkan pernyataan Noviasi tersebut, campur kode dibedakan menjadi:

1. Penyisipan kata
2. Penyisipan frasa
3. Penyisipan baster atau dua bahasa yang bermakna
4. Penyisipan perulangan kata
5. Penyisipan ungkapan atau idiom
6. Penyisipan klausa

Penelitian mengenai campur kode pernah dilakukan oleh Nur Amalia Balqis pada jurnal Komposisi dengan judul "Analisis Campur Kode Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa di Media Sosial Twitter" tahun 2022. Berdasarkan hasil penelitian Nur Amalia Balqis, banyak pengguna Twitter yang menggunakan campur kode ketika berinteraksi di media sosial *Twitter*. Campur kode tersebut yaitu bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa. Fenomena tersebut terjadi sebab

faktor pendidikan dan latar belakang sosial memengaruhi penggunaan bahasa dalam berkomunikasi.

Penelitian kedua yaitu “Variasi Bahasa dalam Media Sosial Twitter” pada jurnal Ghancaran. Penelitian tersebut ditulis oleh Siti Chairunnisa Haq dan Rizkiyah Afdhaliyah pada tahun 2021. Penelitian kedua menjelaskan ada dua variasi bahasa yang digunakan di akun media sosial *Twitter*, yaitu bahasa gaul dan bahasa Jawa. Penggunaan variasi bahasa gaul secara dominan ditemukan pada akun @Ivanasha, @usaisudahhh, dan @aldapstsr. Sedangkan interaksi menggunakan bahasa Jawa ditemukan pada akun @nksthi.

Kedua penelitian tersebut sama-sama berfokus membahas campur kode dan variasi bahasa pada media sosial *Twitter*, namun keduanya belum melakukan penelitian mengenai pemanfaatan campur kode sebagai media promosi. Oleh karena itu, melalui penelitian ini akan dijelaskan mengenai campur kode dan pemanfaatannya sebagai media promosi oleh akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini melalui pendekatan sosiolinguistik.

B. Metode Penelitian

Penelitian mengenai penggunaan campur kode sebagai daya tarik dan media promosi oleh @nksthi (Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini) dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. (Suharsimi Arikunto, 2013) Deskriptif kualitatif bertujuan untuk memaparkan atau menggambarkan masalah, keadaan, kondisi, atau hal lain secara *holistic* dalam membangun teori. Teori tersebut disusun menjadi sebuah penelitian apa adanya dan secara mendalam.

Unggahan pada media sosial *Instagram* dan *Twitter* @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini, produk dagang dari Lokapasar Shopee Sumber Sambat, dan hiasan tempat makan bernama Warung Mbah Sambat mempunyai keunikan yaitu menggunakan bahasa Jawa dan bahasa Indonesia. Melalui keunikan tersebut terlihat bahwa terdapat bentuk campur kode pada unggahan akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini. Penggunaan campur kode tersebut dimanfaatkan sebagai media promosi oleh pemilik akun dalam memasarkan produk-produknya. Berdasarkan hal tersebut, objek penelitian ini adalah akun *Instagram*, *Twitter*, dan Lokapasar Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini dengan berfokus pada pemanfaatannya sebagai media promosi.

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan teknik metode simak dengan menyimak bentuk campur kode pada akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini serta bisnis yang mereka miliki, yaitu tempat makan bernama Warung Mbah Sambat dan produk di Lokapasar bernama Sumber Sambat.

Setelah data terkumpul, penulis menganalisis data campur kode melalui langkah-langkah berikut:

1. Menyimak unggahan pada akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini
2. Menyimak unggahan bisnis yang dimiliki yaitu tempat makan bernama Warung Mbah Sambat dan produk di Lokapasar bernama Sumber Sambat
3. Mencatat penggunaan campur kode pada akun @nksthi, @nantikitasambattentanghariini, Warung Mbah Sambat, dan Lokapasar Sumber Sambat
4. Menganalisis penggunaan campur kode sebagai daya tarik dan media promosi oleh akun @nksthi, @nantikitasambattentanghariini, Warung Mbah Sambat, dan Lokapasar Sumber Sambat
5. Menyusun hasil analisis menjadi sebuah karya tulis atau laporan penelitian

C. Pembahasan

Mas Aik menggunakan campur kode berupa campur kode ke dalam yaitu dengan menggunakan bahasa Jawa. Sebab, Mas Aik adalah penutur bahasa Jawa sehingga terjadi kontak bahasa berupa campur kode antara bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Berdasarkan fenomena berbahasa tersebut, penulis mengelompokkan hasil analisis menjadi tiga sub pembahasan yaitu penggunaan campur kode pada unggahan di *Instagram* dan *Twitter* penggunaan campur kode

pada usaha kuliner Warung Mbah Sambat, dan penggunaan campur kode pada produk Lokapasir Sumber Sambat.

1. Campur kode pada unggahan akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini



Gambar 1

Penggunaan campur kode pada unggahan @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini

Gambar 1 memperlihatkan adanya bentuk campur kode ke dalam bahasa Jawa pada unggahan akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini. Bahasa Jawa yang terdapat pada unggahan tersebut adalah kata tidak baku "mbatin" yang seharusnya "membatin" dan "asu" yang berarti "anjing". Sedangkan kata-kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti "Aku orang Indonesia. Merah darahku. Putih tulangku. Kalau aku jengkel, aku cuma bisa sabar, mengelus dada, dan membatin anjing anjing!"



Gambar 2

Penggunaan campur kode pada unggahan @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini

Gambar 2 menerangkan adanya bentuk campur kode ke dalam bahasa Jawa pada unggahan akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini. Penggunaan bahasa Jawa pada unggahan tersebut adalah kata "tak" yang berarti "akan", "wae" yang berarti "saja", "entuke" yang berarti "bisa", "gur" yang berarti "hanya", dan "thok" yang berarti "hanya/cuma". Sedangkan kata-kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti "Aku akan mencintai diriku sendiri saja. Mencintaimu hanya bisa terluka saja."



Gambar 3

Penggunaan campur kode pada unggahan @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini

Gambar 3 memperlihatkan bentuk campur kode ke dalam bahasa Jawa pada unggahan akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini. Bahasa Jawa pada unggahan tersebut adalah kata “isih” yang berarti “masih” dan “turu” yang berarti “tidur”. Sedangkan kata-kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Orang-orang udah pada mapan, aku masih sibuk mapan tidur.”



Gambar 4

Penggunaan campur kode pada unggahan @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini

Gambar 4 menunjukkan bentuk campur kode ke dalam bahasa Jawa pada unggahan akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini. Bahasa Jawa pada unggahan tersebut adalah kata “sing” yang berarti “yang”, “angel” yang berarti “susah”, kata “lan” yang berarti “dan”, dan kata “ngerepoti” yang merupakan kata tidak baku dari “merepotkan”. Sedangkan kata-kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Kadang, kamu harus tetap berada di zona nyamanmu dan menghindari hal-hal yang susah dan merepotkan.”



Gambar 5

Penggunaan campur kode pada unggahan @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini

Gambar 5 menampilkan bentuk campur kode ke dalam bahasa Jawa pada unggahan akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini. Bahasa Jawa pada unggahan tersebut adalah kata “Gusti” yang berarti “Tuhan”, “opo” yang berarti “apa”, “meneh” yang berarti “lagi”, dan kata “iki” yang berarti “ini”. Sedangkan kata-kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Hidup, jangan hanya melihat ke depan. Sese kali tengoklah ke atas, lalu katakan “Tuhan... cobaan apa lagi ini???”



Gambar 6

Penggunaan campur kode pada unggahan @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini

Gambar 6 di menjelaskan bentuk campur kode ke dalam bahasa Jawa pada unggahan akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini. Bahasa Jawa pada unggahan tersebut adalah kata “jebul” yang berarti “ternyata” dan “sing” yang berarti “yang”. Sedangkan kata-kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Pengin nyalahin keadaan, tapi setelah kupikir-pikir, ternyata yang salah aku~”



Gambar 7

Penggunaan campur kode pada unggahan @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini

Gambar 7 membuktikan bahwa unggahan akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini adanya ada bentuk campur kode ke dalam bahasa Jawa. Bahasa Jawa yang terdapat pada unggahan tersebut adalah kata “gawean” yang berarti “kerjaan”, “kesel” yang berarti “capek”, dan “utek” yang berarti “pikiran”. Sedangkan kata-kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Badan capek dihantam kerjaan, pikiran capek dikejar kebutuhan.”



Gambar 8

Penggunaan campur kode pada unggahan @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini

Gambar 8 membuktikan pada unggahan akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini terdapat campur kode ke dalam bahasa Jawa. Bahasa Jawa yang terdapat pada unggahan tersebut adalah kata “ora” yang berarti “tidak”, kata “bedo” yang berarti “beda”, kata “koyo” yang berarti “seperti”, kata “neng” yang berarti “di”, kata “njuk” yang berarti “lalu”, dan kata “lali” yang berarti “lupa”. Sedangkan kata-kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Nasibmu tidak beda seperti es teh plastikan. Manis di awal. Digantung di pager lalu lupa ditinggal~”



Gambar 9

Penggunaan campur kode pada unggahan @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini

Gambar 9 memperlihatkan campur kode ke dalam bahasa Jawa dalam unggahan akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini. Bahasa Jawa dalam unggahan tersebut adalah kata “piye” yang berarti “gimana”, kata “iki” yang berarti “ini”, kata “mumet” yang berarti “pusing”, kata tidak baku “suasu” dan memiliki kata baku “asu” dan berarti “anjing”. Sedangkan

kata-kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Setiap hari hanya bisa berkata: “hadeh, gimana ini, haduh, pusing, anjing.”



Gambar 10

Penggunaan campur kode pada unggahan @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini

Gambar 10 menunjukkan bentuk campur kode ke dalam bahasa Jawa pada unggahan akun @nksthi dan @nantikitasambattentanghariini. Bahasa Jawa pada unggahan tersebut adalah kata “wis” yang berarti “sudah”, kata “mbok” yang berarti “kok”, kata “larani” yang berarti “menyakitkan”, kata “ndadak” yang merupakan kata tidak baku dari “mendadak”, dan kata “takon” yang berarti “bertanya”. Sedangkan kata-kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Sudah ngerti kok menyakitkan kok mendadak bertanya “kamu kenapa?”

2. Campur kode pada usaha kuliner Warung Mbah Sambat

Selain menggunakan campur kode pada unggahan di media sosial, Mas Aik juga menggunakan campur kode sebagai daya tarik bisnisnya di bidang kuliner. Mas Aik mempunyai tempat usaha kuliner bernama Warung Mbah Sambat yang terletak di Jalan Pandean Sari III, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Mas Aik menggunakan campur kode sebagai dekorasi untuk memperindah Warung Mbah Sambat.



Gambar 11

Penggunaan campur kode pada dekorasi usaha Warung Mbah Sambat

Gambar 11 menunjukkan bentuk campur kode ke dalam bahasa Jawa pada dekorasi Warung Mbah Sambat. Bahasa Jawa dalam unggahan tersebut adalah kata “garapen” yang berarti “kerjakan”. Sedangkan kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Skripsimu kerjakan!”



Gambar 12

Penggunaan campur kode pada dekorasi usaha Warung Mbah Sambat

Gambar 12 memperlihatkan campur kode ke dalam bahasa Jawa pada dekorasi Warung Mbah Sambat. Bahasa Jawa dalam unggahan tersebut adalah kata “turu” yang berarti “tidur”, kata “ra” yang merupakan kata tidak baku dari “ora” yang berarti “tidak”, dan kata “kanggo” yang berarti “terpakai”. Sedangkan kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Tidur o! Kangenmu tidak terpakai!”



Gambar 13

Penggunaan campur kode pada dekorasi usaha Warung Mbah Sambat

Gambar 13 memperlihatkan bentuk campur kode ke dalam bahasa Jawa pada dekorasi Warung Mbah Sambat. Bahasa Jawa dalam unggahan tersebut adalah kata “wong” yang berarti “orang”, kata “elek” yang berarti “jelek”, kata “ujiane” yang berarti “ujian”, kata “pancen” yang berarti “memang”, dan kata “akeh” yang berarti “banyak”. Sedangkan kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Sabar, orang jelek ujiannya memang banyak.”



Gambar 14
Penggunaan campur kode pada dekorasi usaha Warung Mbah Sambat

Bentuk campur kode juga ditunjukkan pada gambar 14 yaitu gambar dekorasi di Warung Mbah Sambat. Bahasa Jawa pada unggahan tersebut adalah kata “jane” yang berarti “sebenarnya”, kata “sido” yang berarti “jadi”, kata “opo” yang berarti “apa”, dan kata “ora” yang berarti “tidak”. Sedangkan kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Unggahan tersebut mempunyai arti “Sebenarnya jadi sayang apa tidak?”



Gambar 15
Penggunaan campur kode pada dekorasi usaha Warung Mbah Sambat

Berikutnya, campur kode ke dalam bahasa Jawa pada dekorasi Warung Mbah Sambat terlihat melalui gambar 15. Bahasa Jawa yang terdapat pada unggahan tersebut adalah Tulisan 1 “Aku sengsara mbok paido.”

Kata “Mbok” yang berarti “kok” dan kata “paido” yang berarti “dimarahi”. Sedangkan kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Tulisan 1 mempunyai arti “Aku sengsara kok dimarahi.”

Tulisan 2: “Aku bahagia, mbok rasani.”

Kata “Mbok” yang berarti “kok” dan kata “rasani” yang berarti “dibicarakan”. Sedangkan kata lainnya adalah bahasa Indonesia. Tulisan 2 mempunyai arti “Aku bahagia kok dibicarakan.”

3. Campur kode pada produk Lokapasar Sumber Sambat

Mas Aik juga memiliki usaha di bidang lain dengan menjual produk bertemakan *sambat*. Produk tersebut dapat ditemukan melalui Lokapasar bernama Sumber Sambat. Beberapa produk tersebut adalah pakaian, tas jinjing, dan masker.



Gambar 16

Penggunaan campur kode pada produk baju usaha Sumber Sambat

Pada gambar 16, produk tersebut menggunakan kata dalam bahasa Jawa. Gambar di atas menunjukkan campur kode ke dalam bahasa Jawa. Bahasa Jawa yang terdapat pada produk tersebut adalah kata “boyok” yang berarti “pinggang”. Selain menggunakan bahasa Jawa, produk tersebut menggunakan bahasa Indonesia. Oleh karena itu, produk tersebut memiliki tulisan yang dalam bahasa Indonesia berarti “Jiwa muda, pinggang lansia.”



Gambar 17

Penggunaan campur kode pada produk baju usaha Sumber Sambat

Pada gambar 17, produk tersebut menggunakan kata dalam bahasa Jawa. Gambar tersebut menunjukkan campur kode ke dalam bahasa Jawa, yaitu kata “mbok” yang berarti “kamu”, kata “kiro” yang berarti “kira”, dan kata “ki” yang merupakan kata tidak baku dari “iki” dan berarti “ini”. Selain menggunakan bahasa Jawa, produk tersebut menggunakan bahasa Indonesia. Oleh karena itu, produk tersebut memiliki tulisan yang dalam bahasa Indonesia berarti “Kamu kira sabar ini gampang?”



Gambar 18

Penggunaan campur kode pada produk baju usaha Sumber Sambat



Gambar 21

Jumlah pengikut di akun @nantikitasambattentanghariini

Jumlah pengikut di akun *Instagram* sebanyak dua ratus sepuluh ribu akun. Melalui jumlah pengikut yang cukup banyak, akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini mampu mengenalkan produk dan usaha yang dimiliki.



Gambar 22

Jumlah pengikut di akun @mbahsambatwae

Warung Mbah Sambat yang menjadi usaha milik akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini adalah sebuah usaha kuliner yang terbentuk karena kepopuleran akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini. Gambar tersebut memperlihatkan dengan dikenalnya akun akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini, pemilik akun mampu melebarkan sayap bisnis dengan memanfaatkan campur kode.



Gambar 23
Jumlah pengikut akun @nksthi

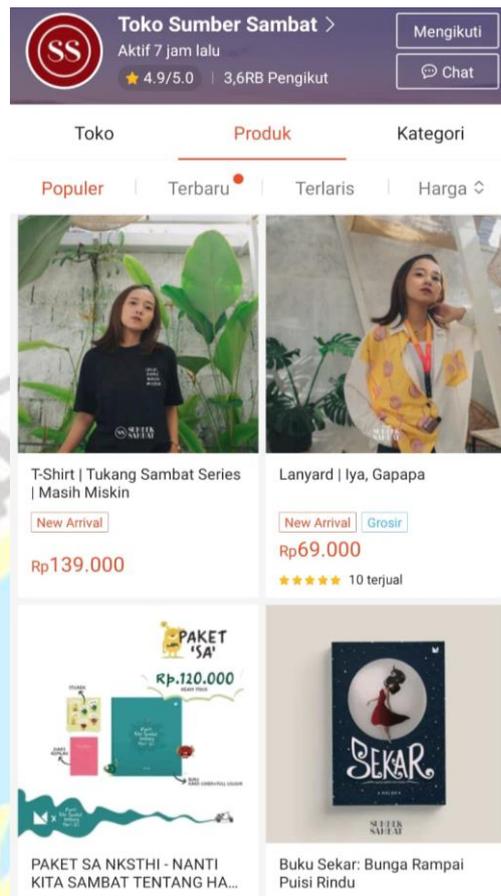
Kini akun *Twitter* @nksthi menjadi akun besar yang berhasil memanfaatkan campur kode dalam produk dan usaha. Melalui campur kode, akun @nksthi saat ini mempunyai dua juta pengikut. Sebagai akun utama untuk berinteraksi memasarkan produk dan usaha dengan campur kode, akun @nksthi berpeluang untuk merasakan peningkatan jumlah pengikut.

Selain bertambahnya jumlah pengikut di akun media sosial, pemanfaatan campur kode oleh akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini membuat bisnis mereka semakin dikenal. Banyak kerja sama yang sudah dilakukan oleh akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini dengan beberapa perusahaan.



Gambar 24
Perusahaan-perusahaan yang pernah bekerja sama

Gambar tersebut memperlihatkan kepopuleran dan kesuksesan akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini memberikan dampak luar biasa. Mereka berhasil melakukan kerja sama dengan beberapa perusahaan besar. Kemudian, semakin dikenalnya akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini juga membuat bisnis yang mereka jual di Lokapasar Sumber Sambat semakin dikenal.



Gambar 25
Lokapasar Sumber Sambat

Gambar di atas mengidentifikasi jumlah pengikut dan bagaimana respon pembeli terhadap Lokapasar Sumber Sambat. Jumlah pengikut di akun Lokapasar Sumber Sambat terbilang cukup banyak dengan penilaian 4,9 bintang. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa penjualan dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat baik. Produk-produk yang dijual menggunakan desain campur kode, produk tersebut menjadi incaran dan selalu terjual habis.

Berdasarkan analisis tersebut, bentuk campur kode bahasa Jawa dengan bahasa Indonesia bukan hanya sebuah fenomena berbahasa. Campur kode menjadi sebuah tren dan keunikan yang jika dimanfaatkan dalam ide bisnis membawa peluang yang menjanjikan. Hal tersebut dibuktikan pada akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini yang menggunakan campur kode sebagai media promosi produk dan usaha yang dimiliki. Pemanfaatan tersebut mengantarkan akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini mengalami kenaikan jumlah pengikut, dapat bekerja sama dengan perusahaan besar, dan produk yang ditawarkan terjual habis.

D. Simpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan pada akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini, campur kode bukan hanya variasi bahasa yang terjadi dalam kegiatan berkomunikasi. Seiring berkembangnya zaman dan tumbuhnya rasa kreativitas, campur kode saat ini dimanfaatkan sebagai media promosi dalam memperkenalkan akun dan juga produk yang dihasilkan. Akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini memanfaatkan campur kode ke dalam bahasa Jawa dengan

bahasa Indonesia pada setiap produk dan usaha yang dimiliki. Mereka berhasil membuktikan jika campur kode mampu dimanfaatkan sebagai media promosi, hal tersebut terlihat melalui jumlah pengikut pada akun media sosial, kegiatan kerja sama dengan beberapa perusahaan, dan terjual habis produk-produk yang ditawarkan.

Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam menyusun penelitian ini. Penulis berharap melalui penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dalam memahami campur kode dan pemanfaatan campur kode sebagai media promosi. Selain itu, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dalam mengkaji campur kode dan pemanfaatannya dalam dunia bisnis.

Daftar Rujukan

- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Lapasau, Merry dan Zaenal Arifin. (2016). *Sosiolinguistik*. Tangerang: PT Pustaka Mandiri.
- Hamdi, K., Yadewani, D., & Wijaya, R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mendukung Promosi Usaha. *Jurnal Pustaka Mitra*, 1(02), 73–77.
- Mustikawati, D. A. (2016). Alih Kode Dan Campur Kode Antara Penjual Dan Pembeli (Analisis Pembelajaran Berbahasa Melalui Studi Sosiolinguistik). *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 3(1), 23–32. <https://doi.org/10.24269/dpp.v2i2.154>
- Noviasi, Sanjaya Usop, L., Perdana, I., Poerwadi, P., Diman, P., & Linarto, L. (2022). Campur Kode Dalam Iklan Penawaran Barang Di Forum Jual Beli Online Facebook Kota Palangka Raya (Kajian Sosiolinguistik). *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 2(2), 18–31. <https://doi.org/10.37304/enggang.v2i2.3881>
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 136–149. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1883>
- Nuryani, N., Isnaniah, S., & Eliya, I. (2021). Sosiolinguistik Dalam Pengajaran Bahasa Berbasis Multikultural: Teori dan Praktik Penelitian. In *Sosiolinguistik*.
- Ramadan, A. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam.” *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64–84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>
- Simatupang, R. R., Rohmadi, M., & Saddhono, K. (2018). Tuturan Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia (Kajian Sosiolinguistik Alih Kode Dan Campur Kode). *Kajian Linguistik dan Sastra*, Vol 3, No, 119–130. <http://journals.ums.ac.id/index.php/KLS>
- Suharyo, & Nurhayati. (2021). *Sosiolinguistik: Pemilihan dan Pemertahanan Bahasa*. http://doc-pak.undip.ac.id/10422/1/Buku_Sosiolinguistik_Pemilihan_dan_Pemertahanan_Bahasa_Suharyo_ISBN_2021_opt.pdf
- Suratiningsih, M., & Yeni Cania, P. (2022). Kajian Sosiolinguistik : Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Video Podcast Dedy Corbuzier Dan Cinta Laura. *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian*

Bahasa dan Sastra Indonesia, 7(1), 244–251. <https://doi.org/10.31943/bi.v7i1.209>

Wardana, M. A. W., Saddhono, K., & Suhita, R. (2022). Kesantunan Berbahasa Sebagai Implementasi Pendidikan Karakter Pada Pembelajaran Di Smp Pgri 2 Wates Kabupaten Blitar: Kajian Sociolinguistik Alih Kode Dan Campur Kode. *Jurnal Pendidikan Sosiologi dan Humaniora*, 13(2), 606. <https://doi.org/10.26418/j-psh.v13i2.57904>

