

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, teknologi juga berkembang dengan pesat. Teknologi sangat membantu manusia khususnya dalam mengefisienkan waktu kehidupan sehari-hari. Efisiensi tersebut bisa dirasakan pada saat ini, misalnya dalam jual beli. Berkat kemajuan teknologi, kini jual beli tidak perlu lagi datang ke pasar, melainkan dapat dilakukan di rumah menggunakan media sosial. Kegiatan jual beli ini dinamakan *online shop*.

Online Shop merupakan cara untuk berbelanja melalui internet. Menurut Suherman (2002: 179), dalam jurnal *Ilmiah Ekonomi Islam* (Vol. 03 No. 01, Maret 2017), jual beli melalui internet adalah sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik atau internet, baik berupa barang maupun berupa jasa. Kegiatan ini memiliki banyak keuntungan yang diberikan kepada pelanggan, di antaranya belanja lebih hemat waktu dan tenaga, pelanggan tidak perlu berjalan jauh untuk belanja, dapat melihat harga barang yang ditawarkan, pemesanan barang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja dengan hanya melihat dan menggeser-geser layar *handphone* dan pilih mana barang yang diinginkan.

Di samping keuntungan, juga terdapat beberapa kerugian yang dialami oleh konsumen. Menurut Nurhaliza (2009: 8) dalam skripsinya *Studi Tentang Perubahan Preferensi Konsumen dalam Belanja Offline ke Online di Kota Semarang*, ada beberapa kerugian dalam berbelanja secara *online*, di antaranya barang tidak bisa dicoba, resiko penipuan, kualitas barang tidak sesuai, ongkos kirim mahal, pengiriman lama, serta barang tidak sesuai dengan yang dipesan. Meskipun terdapat

beberapa kerugian dalam transaksi secara *online* atau sering disebut *online shop*, sebagian masyarakat tidak jera melakukan aktifitas transaksi tersebut. Dengan demikian, *online shop* dijadikan salah satu kegiatan berbelanja yang populer di kalangan masyarakat, baik remaja maupun dewasa.

Online shop tersebar di berbagai media sosial. Salah satunya adalah media sosial *facebook*. Menurut keterangan resmi situs *kompas.com* yang berjudul *facebook jadi media sosial paling digemari di Indonesia*, dijelaskan bahwa *facebook* menjadi aplikasi media sosial yang paling banyak digemari di Indonesia, dengan berhasil mencapai 80 %. Indonesia sendiri menduduki peringkat ketiga sebagai negara dengan pengguna *facebook* terbesar di dunia, dengan jumlah 130 juta pengguna aktif bulanan. Sebesar 56 % pengguna *facebook* ditemukan sebagai pengguna laki-laki, sementara 44 % wanita (<https://www.google.com/amp/s//amp/kompas.com/tekno/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia>.

Diakses 29 September 2019 pukul 11:44 WIB).

Di antara media sosial yang ada, ternyata yang paling digemari yaitu *facebook*. *Facebook* dijadikan sarana untuk mereka yang ingin berdagang. Barang yang diperjual-belikanpun beranekaragam, mulai dari produk pakaian, produk elektronik, produk kecantikan, sampai produk makanan. Dengan berbagai barang yang ditawarkan tersebut, membuat pelanggan lebih mudah untuk membeli apa yang mereka butuhkan.

Pada *online shop*, akan terjadi percakapan antara penjual dan pembeli di kolom komentar akun *facebook*. Mereka menggunakan berbagai bahasa, salah satu bahasa yang digunakan yaitu bahasa Minangkabau dalam percakapan jual beli. Dalam

percakapan tersebut, peneliti menemukan berbagai variasi bahasa yang digunakan seperti, abreviasi, kesalahan berbahasa, dan campur kode.

Menurut Verlin (2018: 3), dalam jurnal *Ilmu Budaya* (Vol. 6, No. 2, Desember 2018) yang berjudul *Abreviasi dalam Media Sosial Instagram*, abreviasi adalah proses penanggalan sebagian atau beberapa bagian leksem yang membentuk kata baru tanpa mengubah arti. Selain abreviasi, juga terdapat kesalahan berbahasa pada percakapan *online shop*. Menurut Setiawan (2020: 2), dalam jurnal *Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya* (Vol. 1, No. 1, Juni 2020), yang berjudul *Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia pada Status dan Komentar di Facebook*, pengguna biasanya menuliskan apa yang diinginkan dan mengungkapkan sesuai yang dikehendakinya. Hal itulah yang membuat banyaknya terjadi kesalahan berbahasa pada percakapan *facebook online shop*. Di samping itu, juga terdapat penggunaan campur kode di dalam tuturan percakapan *online shop*. Campur kode merupakan percampuran dua bahasa atau lebih

Dari beberapa variasi bahasa yang ditemukan oleh peneliti di *facebook online shop*, ditemukan bahwa penggunaan campur kode yang dilakukan oleh penjual dan pembeli lebih dominan dari abreviasi dan kesalahan berbahasa. Di samping itu, pengguna campur kode menggunakan bahasa dasar Minangkabau. Oleh karena itu, peneliti akan menjabarkan mengenai campur kode pada tuturan percakapan di *facebook online shop*.

Menurut Chaer (2010: 114), campur kode merupakan adanya sebuah kode utama atau kode dasar yang digunakan dan memiliki fungsi dan keotonomiannya, sedangkan kode-kode lain yang terlibat dalam peristiwa tutur hanya berupa serpihan-serpihan tanpa fungsi keotonomian sebagai sebuah kode. Pada percakapan sehari-hari

terkadang tidak disadari bahwa seringkali pemakaian campur kode berupa sisipan kata, frasa, klausa, dan kalimat yang digunakan dalam komunikasi.

Contoh tuturan yang memperlihatkan campur kode sebagai berikut:



(diambil dari komentar akun Lusiana, 5 Januari 2020)

Pb : *Lai delivery jo lai, Ci?*
masih pengantaran kan Ci
'Apakah pesanan masih diantarkan, Ci?'

Pj : *Dina Refnaldo masih, Kak.*
dina refnaldo masih kak
'@Dina Refnaldo masih, Kak.'

Berdasarkan peristiwa tutur di atas, dapat dilihat bahwa percakapan antara penjual dan pembeli *online shop* tersebut menggunakan bahasa Minangkabau bercampur dengan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Tuturan bahasa Minangkabau yang terdapat sisipan unsur bahasa Inggris pada kata *delivery*. Selanjutnya, tuturan bahasa Minangkabau yang terdapat sisipan unsur bahasa Indonesia pada kata *masih*. Campur kode yang terjadi pada percakapan di atas ialah campur kode berbentuk kata.

Peneliti tertarik untuk meneliti masalah campur kode pada tuturan percakapan *online shop* bahasa Minangkabau yang terdapat di media sosial *facebook*. Ketertarikan pada campur kode di media sosial ini dilatarbelakangi oleh maraknya masyarakat Minangkabau baik muda maupun tua bertransaksi jual beli secara *online*.

Peneliti menemukan adanya bahasa Minangkabau yang digunakan terdapat unsur bahasa lain atau terjadi campur kode bahasa dalam tuturan percakapan tersebut. Berdasarkan hasil pengamatan, tuturan *online shop* secara umum berbahasa Minangkabau. Akan tetapi, terdapat tuturan yang cukup banyak memperlihatkan campur kode dengan bahasa Inggris dan bahasa Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam komunikasi transaksi *online*, terjadi pencampuran kode bahasa. Untuk itu perlu dikaji masalah yang akan dijelaskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa sajakah bahasa yang membentuk peristiwa campur kode pada tuturan penjual dan pembeli *online shop* dalam akun *facebook*?
2. Apa sajakah satuan lingual yang membentuk campur kode pada tuturan penjual dan pembeli *online shop* dalam akun *facebook*?
3. Apakah penyebab terjadinya campur kode pada tuturan penjual dan pembeli *online shop* dalam akun *facebook*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berguna untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bahasa yang membentuk peristiwa campur kode pada tuturan penjual dan pembeli *online shop* dalam akun *facebook*.
2. Mendeskripsikan satuan lingual yang membentuk campur kode pada tuturan penjual dan pembeli *online shop* dalam akun *facebook*.

3. Mendeskripsikan penyebab terjadinya campur kode pada tuturan penjual dan pembeli *online shop* dalam akun *facebook*.

1.4 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka bermanfaat untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian. Selain itu, peneliti bisa memiliki gambaran penelitian dengan teori atau objek yang hampir sama. Tinjauan pustaka juga menambah referensi dan menjadi bahan bacaan dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan nanti.

Penelitian yang dilakukan oleh Yolani Erawati (2018) dalam skripsinya yang berjudul “Campur Kode dalam Video *Instagram* Minang LIPP”. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 34 peristiwa tutur, yaitu 18 tuturan berupa kata, 6 tuturan berupa frasa, 3 tuturan berupa klausa, dan 7 tuturan berupa kalimat. Peneliti juga menemukan bahasa yang paling banyak mengalami campur kode yaitu bahasa Minangkabau dengan bahasa Indonesia, yang mana campur kode ini terlihat dalam semua tataran satuan lingual.

Menurut penelitian Nola Sari (2018) dalam skripsinya yang berjudul “Alih Kode dan Campur Kode dalam Film ‘Tenggelamnya Kapal Van Der Wijk’ (Tinjauan Sociolinguistik)”. Peneliti menemukan bahasa yang memperlihatkan terjadinya peristiwa alih kode dari bahasa Minangkabau ke bahasa Indonesia dan alih kode bahasa Makassar ke bahasa Indonesia. Selain itu, peristiwa campur kode terdapat 4 bentuk, yaitu: campur kode bahasa Minangkabau dengan bahasa Indonesia, bahasa Indonesia dengan bahasa Minangkabau, bahasa Indonesia dengan bahasa Makassar, dan bahasa Indonesia dengan bahasa Belanda. Selanjutnya, peneliti menemukan

satuan lingual pada campur kode berupa satuan lingual dalam bentuk kata, frasa, klausa, dan kalimat.

Amelia Jolinda Tololiju (2018) dalam jurnal *Elektronik Fakultas Sastra Universitas Sam Ratulangi* 3 (3), 2018 yang berjudul “Campur Kode pada Media Sosial *Facebook*”. Peneliti menemukan beberapa alasan terjadinya campur kode pada *facebook* di status, keterangan foto atau video dari teman-teman *facebook*. Berdasarkan teori Suwito (1983), peneliti menemukan 3 alasan penyebab terjadinya campur kode yaitu, faktor peran, faktor ragam, faktor keinginan untuk menjelaskan dan menafsirkan.

Nurul Hasanah Syah (2017) dalam jurnal *Pascasarjana UIN Sumatera Utara*, 2017 yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian melalui *Online Shop* di Kota Medan”. Peneliti menemukan pengaruh langsung variabel periklanan dan kualitas produk *online shop* di Kota Medan. Keputusan pembelian konsumen dimulai dengan iklan, iklan yang menarik simpati konsumen *online* untuk percaya dengan produk tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Rani Frisilia Kalangit (2016) dalam jurnal *Elektronik Fakultas Sastra Universitas Sam Ratulangi* 4 (5), 2016 yang berjudul “Alih Kode dalam Instagram (Suatu Analisis Sosiolinguistik)”. Peneliti menemukan 120 kasus alih kode yang terjadi dalam penulisan *caption* foto atau video dan komentar dalam instagram. Kemudian 120 kasus ini diklasifikasikan berdasarkan bentuknya.

Menurut penelitian Annisa, I Nengah Suandi, dan Made Sri Indriani (2016) dalam jurnal *Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* Volume: Vol. 4. No. 2. Tahun 2016 yang berjudul “Campur Kode dalam Transaksi Jual Beli pada

Media *Online Shop* di Singaraja dan Denpasar”. Peneliti menemukan jenis campur kode yang terdapat dalam transaksi pada media *online* di Singaraja dan Denpasar 101 data. Campur kode dalam bertransaksi pada data ini lebih dominan bahasa Bali daripada bahasa Jawa, karena warga di Singaraja Denpasar lebih banyak orang Bali.

1.5 Metode dan Teknik Penelitian

Metode dan teknik penelitian yang digunakan yaitu penelitian yang dikemukakan oleh Sudaryanto (1993: 133), ia mengemukakan beberapa tahap metode dan teknik penelitian, yaitu (1) tahap penyediaan data, (2) tahap analisis data, (3) tahap penyajian data.

1.5.1 Tahap Penyediaan Data

Penyediaan data yang dilakukan pertama dengan melihat akun *facebook* milik pedagang *online shop*. Pada postingannya terlihat berbagai komentar dari pembeli di kolom komentar, peneliti akan melihat pencampuran bahasa yang dilakukan penjual dan pembeli *online shop* di kolom komentar postingan tersebut. Kemudian peneliti akan menyaring apakah percakapan pencampuran bahasa tersebut layak untuk dijadikan data. Data penelitian ini berupa tuturan yang terjadi di akun *facebook online shop*. Di samping itu, objek penelitian berbentuk satuan lingual yang terdapat campur kode.

Metode dan teknik penyediaan data yang peneliti gunakan ialah metode simak. Dinamakan metode simak karena proses pengerjaannya berupa penyimakan. Peneliti menyimak percakapan penjual dan pembeli di kolom komentar akun *facebook online shop*.

Teknik dasar yang peneliti gunakan yaitu teknik sadap. Peneliti menyadap pembicaraan penjual dan pembeli pada kolom komentar *facebook* milik penjual *online*

shop. Peneliti memilih data-data yang menggunakan pencampuran bahasa. Jika sudah ditemukan data tersebut, peneliti menyadap percakapan penjual dan pembeli dengan cara memfoto layar pada media sosial dari *handphone*.

Teknik dasar ini dilanjutkan dengan teknik lanjutan. Sesudah melakukan proses penyadapan, peneliti akan mencatat data tersebut. Sudaryanto (1993: 133) menamakan teknik tersebut dengan teknik lanjutan catat. Peneliti mencatat semua data yang sudah terkumpul pada kartu data.

1.5.2 Tahap Analisis Data

Setelah data dicatat pada kartu data, data tersebut diklasifikasikan berdasarkan satuan lingualnya, yaitu kata, frasa, klausa, dan kalimat. Pengklasifikasian dapat dilakukan melalui tahap penganalisisan data. Tahap analisis data peneliti menggunakan metode padan. Metode padan adalah metode yang dipakai untuk mengkaji atau menentukan identitas satuan lingual penentu dengan memakai alat penentu yang berada di luar bahasa, terlepas dari bahasa, dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan (Sudaryanto, 1993: 13).

Metode padan yang dipilih peneliti yaitu metode padan intralingual. Menurut Mahsun (2005: 235), metode padan intralingual adalah metode analisis dengan cara menghubungkan bandingkan unsur-unsur yang bersifat lingual, baik yang terdapat dalam satu bahasa maupun dalam beberapa bahasa yang berbeda.

Alat penentu dalam penelitian ini yaitu *langue* lain, metodenya bernama translasional, yaitu metode yang menjadikan bahasa lain sebagai alat penentu. Peneliti mengambil metode translasional karena data yang dimiliki terdapat pencampuran bahasa Minangkabau, bahasa Indonesia, dan bahasa Inggris. Berdasarkan pencampuran tiga bahasa tersebut, pembaca akan kesulitan untuk

memahami data, sehingga data akan diterjemahkan terlebih dahulu dari bahasa Minangkabau dan bahasa Inggris ke bahasa Indonesia.

Adapun peneliti menggunakan teknik dasar teknik pilah unsur penentu (teknik PUP). Menurut Sudaryanto (1993: 21), teknik pilah unsur penentu adalah teknik pilah di mana alat yang digunakan ialah daya pilah yang bersifat mental yang dimiliki oleh peneliti sendiri. Peneliti merupakan penutur berbahasa Minangkabau, sehingga ia dapat mengidentifikasi tuturan berbahasa Minangkabau. Penutur juga bisa berbahasa Indonesia dan bahasa Inggris secara pasif, sehingga bisa menentukan data yang berbahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Teknik lanjutan yang digunakan peneliti adalah teknik hubung banding memperbedakan (HBB). Berdasarkan (Sudaryanto, 1993: 27), membandingkan berarti juga mencari semua kesamaan dan perbedaan yang ada di antara kedua hal yang dibandingkan. Peneliti membedakan campur kode berupa satuan lingual bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa Minangkabau.

1.5.3 Tahap Penyajian Data

Pada tahap penyajian data menggunakan metode penyajian formal dan informal. Metode formal yaitu dalam bentuk rumus atau tabel, sedangkan metode informal yaitu hasil analisis dengan menggunakan kata-kata biasa. Metode ini dipilih agar pembaca mudah memahami data yang disajikan.

1.6 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini ialah seluruh tuturan campur kode pada akun *facebook online shop*. Sampelnya yaitu tuturan campur kode pada 11 akun *facebook online shop* yang hanya berteman dengan akun milik peneliti. Peneliti memiliki akun *facebook* tersebut pada tahun 2015. Akun milik peneliti ini tidak terlibat aktif dalam

jual beli, melainkan peneliti hanya menyimak percakapan pada kolom komentar akun *facebook online shop*. Alasan peneliti mengambil sampel yang demikian, dikarenakan masing-masing akun tersebut menjual barang dagangan yang berbeda, sehingga peneliti mendapatkan data campur kode bervariasi. Maka, 11 akun tersebut dapat mewakili populasi yang ada.

