

ALIH KODE DAN CAMPUR KODE PADA DESKRIPSI PRODUK TOKO *ONLINE* KPOP DI SHOPEE

Nindya Mawaddah

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
Nindya.17020074014@mhs.unesa.ac.id

Mintowati

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
mintowati@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mendeskripsikan jenis alih kode pada deskripsi produk toko Kpop di Shopee, 2) mendeskripsikan jenis campur kode pada deskripsi produk toko Kpop di Shopee, dan 3) mendeskripsikan fungsi alih kode dan campur kode. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan adalah simak dan dokumentasi. Subjek penelitian ini adalah deskripsi produk Kpop pada toko *online* di Shopee. Objek penelitian ini adalah jenis campur kode dan jenis alih kode yang terdapat dalam deskripsi produk Kpop di Shopee serta fungsi dari alih kode dan campur kode yang terkandung di dalamnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ditemukan jenis campur kode yaitu campur kode ke luar (*outer code mixing*) dan alih kode ke luar (eksternal). Fungsi yang ditemukan pada penelitian ini untuk campur kode ada dua yaitu mempertegas deskripsi dan pengulangan sebagai klarifikasi. Untuk fungsi alih kode ditemukan satu fungsi yaitu sebagai pembangun suasana santai atau melembutkan tuturan.

Kata Kunci: campur kode, alih kode, toko *online*

Abstract

The purpose of this research: 1) to describe the type of code switching in description of product Kpop shop in Shopee, 2) to describe the type of code mixing in description of product Kpop shop in Shopee, and 3) to describe the function of code switching and code mixing. This research used descriptive qualitative design. The method used observe critically and documentation. The subject used description of product Kpop online shop in Shopee. The object used the type of code mixing and code switching contained there in. The results of this research indicate that there are types of code mixing, that is outer code mixing and external code switching. There are two functions found in this research for code mixing, that is reinforce description and repetition as clarification. For the code switching function, one function was found, that is as a builder of a relaxed atmosphere or softening speech.

Keywords: code mixing, code switching, online shop

PENDAHULUAN

Bahasa menjadi alat komunikasi di masyarakat. Terdapat ilmu yang mempelajari bahasa yang ada di dalam masyarakat yaitu disebut sosiolinguistik. Sosiolinguistik berbeda dengan sosiologi. Sosiologi adalah ilmu yang mempelajari manusia di dalam masyarakat dan lembaga sosial serta prosesnya. Sementara itu, sosiolinguistik merupakan gabungan dari kata sosiologi dan linguistik. Jadi, sosiolinguistik adalah bidang ilmu yang mempelajari bahasa yang berkaitan dengan penggunaan bahasa masyarakat (dalam Chaer dan Agustina, 2014: 2). Dengan bahasa, masyarakat dapat mengungkapkan ide atau pikirannya. Namun hal tersebut juga memiliki masalah yaitu dialek dan perbedaan bahasa. Masyarakat yang terbuka adalah masyarakat yang dapat menerima perbedaan bahasa. Dengan adanya masyarakat

yang memiliki perbedaan bahasa dapat terjadi bilingual yang dapat menyebabkan terjadinya interferensi, integrasi, alih kode, dan campur kode

Indonesia merupakan negara yang bilingual (kedwibahasaan) dan multilingual. Dapat dipahami pengertian dari kedwibahasaan ialah penggunaan dua bahasa atau dua kode bahasa (Chaer dan Agustina, 2014: 84). Kontak bahasa merupakan lebih dari satu bahasa yang digunakan pada tempat dan waktu yang sama (Thomason dalam Suhardi, 2009: 39). Menurut Suwito (dalam A.Laiman, dkk, 2018: 47) kontak bahasa terjadi apabila terdapat dua bahasa yang digunakan secara bergantian. Kontak bahasa yang terjadi pada masyarakat bilingual adalah alih kode dan campur kode.

Alih kode menurut Thomason (dalam Suhardi, 2009: 44), merupakan peralihan dari suatu bahasa ke

bahasa lain antar kalimat yang memiliki batas yaitu kalimat. Sedangkan campur kode memiliki sebuah kode utama atau kode dasar. Kode-kode lain yang terlibat hanyalah serpihan. Misalnya dalam berbahasa Indonesia diselipkannya serpihan-serpihan bahasa daerah (Chaer dan Agustin, 2014: 114).

Saat ini, teknologi telah berkembang di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Perkembangan ini membawa manusia pada dunia maya atau internet. Segala hal dapat dilakukan melalui internet mulai dari kepentingan pribadi hingga bisnis karena dianggap lebih praktis. Jual beli juga dapat dilakukan melalui internet. Penjual cukup menuliskan deskripsi produk dengan kalimat yang jelas dan menarik. Namun, beberapa deskripsi produk pada toko *online* tidak dipahami oleh calon pembeli. Penjual membuka toko *online* mereka pada media sosial ataupun aplikasi-aplikasi toko *online* yang beroperasi di Indonesia. Salah satu aplikasi jual beli *online* di Indonesia adalah Shopee. Shopee memiliki banyak pengguna. Seperti pada laporan resmi iPrice yang diakses Bisnis.com, Shopee menempati urutan pertama di Playstore dan Appstore. Aplikasi ini beroperasi di kawasan Asia Tenggara dan diluncurkan pertama kali di Singapura pada tahun 2015. Tidak hanya digunakan oleh orang dewasa namun Shopee juga digunakan oleh remaja.

Hallyu atau Gelombang Korea adalah sebuah istilah yang merujuk pada popularitas hiburan dan budaya Korea. Istilah tersebut tersebar untuk Asia dan daerah lain di dunia. *Hallyu* muncul setelah hubungan diplomatik antara Korea dengan Tiongkok pada tahun 1992. Tahun semakin berlalu dan penggemar Kpop semakin bertambah. Komunitas-komunitas penggemar Kpop juga tersebar di seluruh Indonesia. Hal tersebut membuat penggemar berlomba-lomba untuk mengoleksi benda yang berhubungan dengan idolanya. Benda-benda tersebut tidak hanya asli dari perusahaan namun juga ada yang diproduksi oleh penggemarnya sendiri di Indonesia. Banyaknya penggemar Kpop yang tersebar di seluruh Indonesia menyebabkan masalah ketika ingin membeli koleksi terbaru idolanya. Waktu dan jarak tidak mungkin hanya digunakan untuk berburu koleksi idola. Teknologi yang telah berkembang membuat siapa pun dan di mana pun penggemar dapat membeli benda yang ingin dikoleksi melalui toko online.

Dalam Shopee, penjelasan atau deskripsi produk dari penjual sangat diperlukan untuk membantu konsumen agar yakin membeli produk tersebut, utamanya bagi penggemar baru Kpop yang masih awam dan pertama kali membeli benda-benda Kpop salah satunya album. Album idola Kpop diproduksi oleh agensi atau perusahaan yang menaungi bintang Kpop. Pada umumnya, pengguna harus membuka laman berbahasa

Inggris atau bahkan berbahasa Korea. Dengan adanya aplikasi belanja online yaitu Shopee, penggemar Kpop dapat memperoleh kemudahan karena terdapat deskripsi berbahasa Indonesia. Deskripsi pada Shopee tidak seluruhnya menggunakan bahasa Indonesia, melainkan juga menggunakan bahasa Inggris. Kumpulan deskripsi Shopee pada toko Kpop tersebut akan dikaji menggunakan alih kode dan campur kode.

Peneliti memilih untuk mengambil judul dalam penelitian ini karena saat ini, semakin banyak kaum muda yang tertarik dengan musik dan kebudayaan Korea. Dengan banyaknya penggemar K-Pop di Indonesia menarik penggemar K-Pop lainnya untuk menjual produk-produk baik dari luar negeri maupun produksi sendiri. Seiring berkembangnya zaman, penjual memilih untuk membuka toko *online* pada salah satu aplikasi yaitu Shopee. Penelitian ini bertujuan agar penggemar K-Pop atau yang biasa disebut *K-Popers* dapat mengetahui jenis dan fungsi alih kode dan campur kode yang terdapat dalam deskripsi produk di Shopee.

METODE

Penelitian Alih Kode dan Campur Kode pada Deskripsi Produk Toko *Online* Kpop di Shopee menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif karena peneliti mencoba memahami fenomena yang ada sehingga tidak memungkinkan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif menurut Auerbach dan Silverstein (dalam Sugiyono, 2020: 3) adalah suatu penelitian yang menganalisis dan menginterpretasi teks serta hasil wawancara sebagai tujuan untuk menemukan makna dari fenomena yang diteliti. Pendapat lain dikemukakan oleh Steven Dukhesire dan Jennifer Thurlow (dalam Sugiyono, 2020: 3), penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang tidak berkenaan dengan data angka dan mengumpulkan serta menganalisis data yang bersifat naratif. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif. Jadi, jenis penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang mencoba menjelaskan hasil penelitian dengan apa adanya atau tanpa dibuat-buat. Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang tidak berkenaan dengan angka dan menganalisis suatu fenomena dengan apa adanya.

Penelitian dapat berjalan karena adanya data yang dianalisis. Data juga merupakan objek penelitian. Data-data yang diperoleh dan diteliti berasal dari sumber data. Berikut data dan sumber data penelitian ini.

a. Sumber Data Penelitian

Sumber data merupakan sumber dari data tersebut diperoleh. Telah dijelaskan bahwa data penelitian dalam penelitian ini adalah deskripsi produk yang tercantum pada toko *online* aplikasi

jual beli. Jadi, data tersebut berupa tulisan maka sumbernya adalah tempat dimana tulisan tersebut diperoleh. Dalam penelitian ini, aplikasi jual beli yang dipilih adalah Shopee.

b. Data Penelitian

Dalam penelitian, data penelitian merupakan objek penelitian yang dianalisis dalam penelitian. Menurut Sudaryanto (dalam Mahsun, 2014:18) ada batasan data sebagai bahan penelitian, yaitu bahan jadi yang dipilih melalui berbagai tuturan dan dipilih yang dibutuhkan. Dalam bahan penelitian, terdapat data yang mengandung objek penelitian dan unsur yang membentuk data disebut konteks. Objek dan konteks ini berhubungan.

Data penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskripsi produk yang ada dalam toko *online* Kpop yang ditemui pada Shopee dan mengandung alih kode dan campur kode. Tulisan deskripsi produk akan disalin dan dianalisis. Adapun batasan data yang akan dianalisis pada fenomena alih kode dan campur kode adalah jenis dan fungsi.

Penelitian ini menggunakan metode simak dan dokumentasi. Metode simak adalah sebuah cara untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa (Mahsun, 2014: 92). Peneliti menyimak deskripsi yang terdapat dalam Shopee. Selain itu, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data ini yaitu dokumentasi. Peneliti menggunakan teknik dokumentasi untuk mendukung penelitian dari data yang diambil dari deskripsi barang pada Shopee.

Teknik sadap juga digunakan dalam penelitian ini. Teknik sadap merupakan teknik dasar dalam metode simak (Mahsun, 2014: 92). Teknik sadap tidak hanya digunakan pada penggunaan bahasa percakapan namun juga dapat digunakan dalam penggunaan bahasa tulis seperti pada penggunaan bahasa dalam deskripsi pada Shopee yang diteliti. Teknik lanjutan dari metode simak adalah teknik catat. Peneliti mencatat penggunaan bahasa tulis yang sesuai dengan penelitiannya.

Sebelum sampai pada tahap analisis data, peneliti telah mengumpulkan data dan mengklasifikasikan data. Peneliti mengklasifikasikan deskripsi produk yang sesuai dan dibutuhkan untuk dianalisis. Tahap analisis data ini sesuai dengan teori yang akan digunakan untuk menganalisis data. Data yang diperoleh akan dianalisis jenis dan fungsi alih kode dan campur kode.

Metode yang digunakan pada analisis data dalam penelitian ini adalah metode padan ekstralingual. Menurut Mahsun (2014: 260) metode ekstralingual yang dihubungkan adalah hal-hal yang berada di luar bahasa, misalnya referen, konteks tuturan, konteks sosial, dan sebagainya. Teknik yang digunakan adalah teknik hubung banding menyamakan atau teknik HBS. Teknik

ini digunakan untuk membandingkan dan memperjelas fungsi dari alih kode dan campur kode.

Metode dan teknik analisis data pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis jenis dan fungsi apa yang digunakan penjual menggunakan alih kode dan campur kode pada deskripsi produk toko *online* Kpop di Shopee.

Penelitian dapat terbukti keabsahan datanya dengan diuji menggunakan teknik keabsahan data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik uji keabsahan triangulasi dan menggunakan bahan referensi. Triangulasi (Sugiyono, 2019: 368) merupakan pengecekan data dari berbagai sumber, berbagai cara, dan berbagai waktu. Jadi, terdapat triangulasi teknik pengumpulan data, triangulasi sumber, dan triangulasi waktu. Sedangkan menggunakan bahan referensi adalah pendukung agar data yang telah dikumpulkan terbukti dengan adanya foto atau hasil wawancara (Sugiyono, 2019: 370).

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi pengumpulan data dan triangulasi sumber. Peneliti memanfaatkan deskripsi produk yang terdapat dalam aplikasi Shopee. Untuk triangulasi pengumpulan data, peneliti memanfaatkan metode simak dan dokumentasi serta teknik sadap dan catat. Sementara itu untuk penggunaan bahan referensi, peneliti menggunakan tangkapan layar dari tampilan deskripsi produk toko *online* pada Shopee.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, peneliti memaparkan hasil penelitian mengenai campur kode dan alih kode yang terdapat dalam deskripsi produk K-Pop pada Shopee. Rumusan masalah yang dibahas yaitu: 1) jenis alih kode pada deskripsi produk toko Kpop di Shopee, 2) jenis campur kode pada deskripsi produk toko Kpop di Shopee, dan 3) fungsi alih kode dan campur kode pada deskripsi produk toko Kpop di Shopee. Berdasarkan tangkapan layar yang memuat deskripsi produk Kpop pada Shopee, ditemukan campur kode dan alih kode dalam satu deskripsi produk dan ada yang hanya menggunakan campur kode.

Jenis Campur Kode pada Deskripsi Produk Toko Kpop di Shopee

Jenis campur kode terdiri dari campur kode ke dalam (*inner code mixing*) dan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Dalam peristiwa campur kode pada deskripsi produk toko Kpop di Shopee hanya terdapat campur kode ke luar, yaitu bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, bahasa Indonesia dengan bahasa Yunani, dan bahasa Indonesia dengan bahasa Korea.

Campur Kode ke Luar

Campur kode ke luar merupakan pencampuran kata atau frasa dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dengan bahasa

asing. Berikut penulis menguraikan campur kode ke luar pada deskripsi produk toko Kpop di Shopee.

CKD/01/A

Sebelum *check out* harap tanyakan *stock* terlebih dahulu dan baca deskripsi sampai selesai.

[Postingan Aigoo.kpopstuff]

Data CKD/01/A terdapat frasa *check out* dan kata *stock* yang merupakan campur kode ke luar. *Check out* dan *stock* termasuk dalam bahasa Inggris. *Check out* merupakan istilah dalam aplikasi belanja yang berarti periksa atau memeriksa. *Check out* muncul sebelum calon pembeli melakukan pembelian. Dalam *check out* terdapat rincian harga produk yang akan dibeli, potongan harga, dan juga ongkos kirim. *Stock* merupakan persediaan barang. Penjual dan pembeli lebih terbiasa menggunakan kata *stock* dibandingkan kata persediaan.

CKD/09/B

Album *ready* yaa. Siap dikirim

[Postingan Dkpopshop]

Data CKD/09/B terdapat *ready* yang termasuk dalam campur kode ke luar yaitu bahasa Inggris. *Ready* memiliki arti siap dalam bahasa Indonesia.

CKD/10/B

Non Weverse alias bukan dari Weverse

[Postingan Dkpopshop]

Data CKD/10/B terdapat *non Weverse* yang termasuk campur kode ke luar yaitu bahasa Inggris. *Non Weverse* memiliki arti bukan dari Weverse. Weverse merupakan sebuah platform komunitas yang dapat menghubungkan idola dengan penggemarnya. Selain untuk menghubungkan idola dengan penggemar, Weverse juga dapat digunakan untuk membeli produk asli atau resmi yang berhubungan dengan idola.

Jenis Alih Kode pada Deskripsi Produk Toko Kpop di Shopee

Ada dua jenis alih kode menurut Suwito (dalam Chaer dan Agustina, 2017: 114), yaitu alih kode ke dalam (internal) dan alih kode ke luar (eksternal). Dalam deskripsi produk toko Kpop di Shopee, terdapat alih kode ke luar (eksternal) yaitu dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris.

AKD/01/A

Ready stock, dibuat pre-order karena tidak bisa kirim setiap hari. *Thanks for shopping*.

[Postingan Bellarosena (Woopy.id)]

Data AKD/01/F terdapat *thanks for shopping* yang termasuk alih kode ke luar yaitu dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris. *Thanks for shopping* memiliki arti terima kasih telah berbelanja.

AKD/02/B

TULIS NOMER POSTER YANG INGIN DI BELI (di chat ataupun di keterangan untuk

penjual), JIKA TIDAK MAKA AKAN KAMI PILIHKAN RANDOM. *NO COPYRIGHT INFRINGEMENT INTENDED*.

[Postingan Bunkook_store]

Data AKD/02/G terdapat *no copyright infringement intended* yang termasuk alih kode ke luar yaitu dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris. *No copyright infringement intended* memiliki arti yaitu tidak adanya pelanggaran hak cipta yang dimaksudkan.

AKD/03/C

Sebelum order, mohon menanyakan ketersediaan barang terlebih dahulu via chat.

Happy Shopping :)

[Postingan Whycutkpop]

Data AKD/03/H terdapat *happy shopping* yang termasuk alih kode ke luar yaitu dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris. *Happy shopping* memiliki arti selamat berbelanja.

Fungsi Campur Kode pada Deskripsi Produk Toko Kpop di Shopee

1) Mempertegas Deskripsi

Penjual produk Kpop di Shopee tidak hanya menggunakan bahasa Indonesia dalam penulisan deskripsi barang namun juga menggunakan bahasa asing. Fungsi campur kode sebagai penjelas deskripsi produk terdapat hampir di seluruh deskripsi produk toko Kpop di Shopee yang menggunakan campur kode yang dapat dilihat pada salah satu deskripsi berikut:

CKD/02/A

Note: Sebelum *check out* harap tanyakan *stock* terlebih dahulu.

[Postingan Aigoo.kpopstuff]

Dalam deskripsi tersebut, terlihat bahwa penggunaan alih kode digunakan untuk mempertegas maksud penjual. Bahasa Inggris yang digunakan oleh penjual merupakan kata-kata yang sering dijumpai oleh pembaca. Penggunaan bahasa Indonesia atau terjemahan dari bahasa Inggris di atas seperti *check out* diubah ke terjemahan menjadi periksa atau memeriksa dapat membuat pembaca tidak dapat menangkap maksud penjual dengan jelas. *Check out* merupakan istilah memesan atau membeli dalam jual beli pada sebuah platform salah satunya Shopee. Fungsi penggunaan campur kode untuk mempertegas deskripsi dapat ditemukan di sebagian besar data deskripsi produk toko online Kpop di Shopee.

2) Pengulangan sebagai Klarifikasi

Penjual produk Kpop di Shopee dalam menuliskan deskripsi menggunakan campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa asing. Dalam fungsi ini, penjual menuliskan bahasa asing yang diikuti arti atau terjemahan

dari kata berbahasa asing tersebut. Dapat dilihat pada salah satu data deskripsi produk:

CKD/03/A

Segala bentuk kekurangan yang ada di dalam kemasan produk akibat kesalahan produksi ataupun *damage* (kerusakan) yang terjadi akibat kelalaian kurir saat pengiriman adalah di luar tanggung jawab penjual.

[Postingan Aigoo.kpopstuff]

Pada data CKD/03/A terdapat kata *damage* diikuti kata kerusakan yang merupakan pengertian yang sama dari kata *damage*. Penggunaan bilingual yaitu bahasa Inggris yang diikuti pengertian bahasa Indonesia digunakan penjual agar dapat dipahami lebih baik oleh pembaca atau calon pembeli.

Fungsi Alih Kode pada Deskripsi Produk Toko Kpop di Shopee

1) Membangun Suasana Santai atau Melembutkan Tuturan

Alih kode yang ditemukan pada deskripsi produk Kpop di Shopee berfungsi sebagai pembangun suasana santai atau melembutkan tuturan dari penjual. Hal tersebut dapat dilihat pada salah satu data deskripsi berikut:

AKD/01/A

Ready stock, dibuat pre-order karena tidak bisa kirim setiap hari. *Thanks for shopping.*

[Postingan Bellarosena (Woopy.id)]

Seperti yang terdapat pada data AKD/01/A yaitu *thanks for shopping* yang digunakan penjual berfungsi untuk melembutkan rasa terima kasihnya karena telah berbelanja di toko tersebut. Ucapan rasa terima kasih terasa lebih lembut ketika penjual menggunakan bahasa Inggris dibanding mengucapkan langsung menggunakan bahasa Indonesia. Fungsi untuk melembutkan tuturan dapat ditemukan pada seluruh data deskripsi produk Kpop toko *online* di Shopee.

Pembahasan

Jenis Campur Kode pada Deskripsi Produk Toko Kpop di Shopee

Dalam penulisan deskripsi produk Kpop di Shopee, tidak menggunakan bahasa Indonesia di keseluruhan kalimat tersebut. Penjual menggunakan bahasa asing dalam penulisan. Ada dua fenomena bahasa yang terdapat dalam deskripsi produk Kpop, yaitu alih kode dan campur kode. Menurut Suwito (dalam Mustikawati, 2015: 26) dalam kondisi maksimal, campur kode merupakan kovertensi bahasa yang unsur-unsurnya dari beberapa bahasa yang masing-masing telah menanggalkan fungsinya dan mendukung fungsi yang disisipinya. Unsur-unsur tersebut ada dua, yaitu bersumber dari bahasa asli dan variasi-variasinya atau

disebut dengan campur kode ke dalam (*inner code mixing*); dan bersumber dari bahasa asing atau disebut dengan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Pada penelitian ini, hanya ditemukan penggunaan campur kode ke luar.

Jenis campur kode yang ditemukan pada deskripsi produk Kpop toko *online* di Shopee adalah campur kode ke luar yaitu bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, bahasa Indonesia dengan bahasa Korea, dan bahasa Indonesia dengan bahasa Yunani. Dalam data deskripsi produk tidak ditemukan campur kode ke dalam. Ditemukan 41 data campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris dan ada satu data campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Korea serta bahasa Indonesia dengan bahasa Yunani. Campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris di antaranya *order*, *check out*, *ready*, *chat*, dan *bubble warp*. Penyisipan bahasa asing dalam data ini yaitu bahasa Inggris, bahasa Korea, dan bahasa Yunani sesuai dengan penjelasan Fasold (dalam Chaer dan Agustina, 2014: 115) yang menjelaskan perbedaan campur kode dan alih kode. Apabila penutur menggunakan satu frasa atau satu kata dalam satu bahasa, maka peristiwa tersebut merupakan campur kode. Dapat dilihat pada salah satu data deskripsi produk Kpop berikut:

CKD/31/D

Agar *member* lebih *valid* silakan cantumkan di *note* juga ya kak *member* yang dipilih, *thank you*
[Postingan Tokodeca]

Pada penelitian ini ditemukan jenis campur kode ke luar. Berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian berjudul "Campur Kode dalam Transaksi Jual Beli pada Media *Online Shop* di Singaraja dan Denpasar". Penelitian ini dilakukan oleh Annisa, dkk mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja pada tahun 2016 yang berfokus pada jenis dan bentuk campur kode pada media *online shop* di Singaraja dan Denpasar. Perbedaan terletak pada fokus penelitian. Penelitian pada deskripsi produk Kpop berfokus pada jenis campur kode.

Jenis Alih Kode pada Deskripsi Produk Toko Kpop di Shopee

Ada dua jenis alih kode menurut Suwito (dalam Chaer dan Agustina, 2017: 114), yaitu alih kode ke dalam (internal) dan alih kode ke luar (eksternal). Alih kode internal adalah alih kode antarbahasa nasional dengan bahasa daerah, misalnya dari bahasa Indonesia ke bahasa Jawa, sedangkan alih kode eksternal adalah alih kode yang terjadi dari bahasa sendiri ke bahasa asing.

Jenis alih kode yang ditemukan pada penelitian ini adalah alih kode ke luar yaitu dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris. Ada 10 data alih kode yang ditemukan

pada deskripsi Kpop *online* di Shopee. Dapat dilihat pada salah satu data deskripsi produk berikut:

AKD/07/G

Cek official dan unofficial photocard nct lainnya di halaman toko kak^^

Ready Stock Checkout Now!

[Postingan Tokodeca]

Data di atas sesuai dengan pendapat Thomason (Suhardi, 2009: 44), merupakan peralihan dari suatu bahasa ke bahasa lain antar kalimat yang memiliki batas yaitu kalimat. Kalimat pertama merupakan bahasa Indonesia dan kalimat selanjutnya merupakan bahasa Inggris.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu pada penellitian berjudul “Alih Kode dan Campur Kode antara Penjual dan Pembeli (Analisis Pembelajaran Berbahasa melalui Studi Sociolinguistik)” oleh Diyah Atiek Mustikawati mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo tahun 2015 yang berfokus pada wujud alih kode dan campur kode serta faktor-faktor penentu alih kode dan campur kode. Perbedaan terletak pada fokus penelitian. Penelitian pada deskripsi produk Kpop berfokus pada jenis alih kode.

Hasil penelitian yang yang ditemukan telah sesuai dalam jenis alih kode ke luar karena mengandung unsur bahasa asing pada kalimat selanjutnya setelah penggunaan bahasa Indonesia. Penjual menggunakan kalimat bahasa asing yang lazim digunakan dan dibaca oleh calon pembeli. Penjual tidak menggunakan alih kode ke dalam karena alih kode dari bahasa Indonesia ke bahasa daerah tidak diketahui oleh semua calon pembeli.

Fungsi Campur Kode dan Alih Kode pada Deskripsi Produk Toko Kpop di Shopee

Fungsi campur kode dalam penulisan deskripsi produk toko Kpop di Shopee, ditemukan fungsi sebagai mempertegas deskripsi dan pengulangan untuk klarifikasi. Penjual menggunakan bahasa asing yang umum dijumpai oleh calon pembeli agar calon pembeli lebih jelas dalam memahami deskripsi. Fungsi campur kode untuk mempertegas deskripsi dapat dilihat pada salah satu data berikut:

CKD/29/D

Kemiripan dengan yang *official* 90% hanya di ketebalan kertas dan *holographicnya* saja

[Postingan Tokodeca]

Data CKD/29/D menggunakan kata bahasa Inggris yaitu *official* dan *holographic* yang berfungsi untuk mempertegas deskripsi. Penggunaan bahasa Inggris ini kerap ditemui oleh pembaca yang apabila diubah menjadi bahasa Indonesia atau terjemahannya membuat pembaca kurang memahami maksud penjual.

Fungsi campur kode sebagai pengulangan untuk klarifikasi dapat dilihat pada salah satu data berikut:

CKD/10/B

Non Weverse alias bukan dari Weverse

[Postingan Dkpopshop]

Penjual menggunakan bahasa Inggris diikuti oleh bahasa Indonesia yang merupakan pengertian dari kata *non Weverse*. Pengertian bahasa Inggris diikuti pengertiannya berfungsi untuk memberi pemahaman pada pembaca.

Sedangkan fungsi alih kode sebagai membangun suasana santai atau melembutkan tuturan dapat dilihat pada salah satu data deskripsi berikut:

AKD/10/I

Catatan: Karena perbedaan antara monitor yang berbeda, gambar mungkin sedikit ada perbedaan warna per item. Terima kasih!

Please be A SMART BUYER.

[Postingan Swaggirl22]

Penjual menggunakan alih kode dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris agar terkesan lembut dalam menyampaikan sebuah peringatan. Apabila menggunakan bahasa Indonesia, pembaca akan merasa penjual tidak ramah.

Penggunaan bahasa yang tidak umum dijumpai dapat membuat calon pembeli merasa bingung. Selain itu, penjual menggunakan bahasa asing yang diikuti arti dari bahasa asing tersebut yang berfungsi agar calon pembeli lebih memahami maksud dari deskripsi yang ditulis penjual.

Dalam penulisan deskripsi produk toko Kpop, penggunaan bilingual selalu terjadi. Seperti data yang telah dianalisis, keseluruhan data menggunakan campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Kata atau frasa yang digunakan sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, jadi hal tersebut tidak terlalu membingungkan calon pembeli. Calon pembeli yang merasa asing dengan kata atau frasa yang terdapat dalam deskripsi produk, dapat mencari tahu arti lebih lanjut dari kata atau frasa tersebut di kamus *online*.

Tabel Fungsi Campur Kode dan Alih Kode

Fenomena Bahasa	Fungsi	Kode Data
Campur kode	Mempertegas deskripsi	Selain kode data dari fungsi pengulangan sebagai klarifikasi.
	Pengulangan sebagai klarifikasi	CKD/03/A, CKD/07/A, CKD/10/B, CKD/19/C,

		CKD/20/C, CKD/36/E, CKD/40/F
Alih kode	Membangun suasana santai atau melembutkan tuturan	AKD/01/A, AKD/02/B, AKD/03/C, AKD/04/D, AKD/05/E, AKD/06/F, AKD/07/G, AKD/08/H, AKD/09/H, AKD/10/I

PENUTUP

Simpulan

Pada pembahasan telah tampak bahwa penjual produk K-Pop sering menggunakan campur kode dan alih kode. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kemampuan dalam menggunakan lebih dari satu bahasa. Dalam hal ini, penjual sering menggunakan bahasa asing yaitu bahasa Inggris maupun bahasa Korea. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap deskripsi produk K-Pop pada Shopee diperoleh kesimpulan yaitu jenis campur kode yang digunakan adalah campur kode ke luar yang menggunakan 3 bahasa asing yaitu bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, bahasa Indonesia dengan bahasa Korea, dan bahasa Indonesia dengan bahasa Yunani. Penggunaan campur kode ke dalam tidak ditemukan dalam deskripsi produk Kpop pada toko *online* di Shopee. Alih kode yang terdapat dalam deskripsi produk Kpop di Shopee adalah alih kode ke luar yaitu dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris. Alih kode ke dalam tidak ditemukan dalam deskripsi produk Kpop di Shopee. Penjual hanya menggunakan campur kode ke luar dan alih kode ke luar. Fungsi penggunaan campur kode yang ditemukan ada dua, yaitu: (1) mempertegas deskripsi dan (2) pengulangan sebagai klarifikasi. Pada alih kode ditemukan fungsi sebagai pembangun suasana santai atau melembutkan tuturan. Pembaca atau calon pembeli merasa penjual lebih ramah ketika menggunakan bahasa Inggris.

Saran

Berdasarkan hasil analisis campur kode dan alih kode deskripsi produk K-Pop pada Shopee, peneliti memberikan saran, yaitu:

1. Penjual *online* agar dapat menggunakan bahasa Indonesia dalam penulisan deskripsi produk. Umumnya penjual *online* memilih menggunakan

bahasa Inggris sebagai bahasa campuran dalam penulisan deskripsi padahal kata-kata yang digunakan memiliki padanan dalam bahasa Indonesia begitu pula dengan rincian dari perusahaan produk koleksi penggemar juga dapat diperjelas dengan rincian berbahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia juga dapat membantu masyarakat awam memahami produk yang ingin dibeli dan diberikan kepada orang-orang tersayang.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian dengan menggunakan lebih dari satu aplikasi jual beli *online*. Selain itu, objek penelitian ini berfokus pada deskripsi produk K-Pop. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian dari produk penggemar Anime, musik China, ataupun musik Barat atau *Western*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhii, Laiman, dkk. 2018. "Campur Kode dan Alih Kode dalam Percakapan di Lingkup Perpustakaan Universitas Bengkulu". *Jurnal Ilmiah Korpus*, Vol II Nomor 1. (<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/korpus/article/download/5556/2729>, diakses 30 Maret 2021)
- Annisa, I Nengah Suandi, dan Made Sri Indriani. 2016. "Campur Kode dalam Transaksi Jual Beli pada Media Online Shop di Singaraja dan Denpasar". *E-Journal Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Vol 4 Nomor 2. (<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JIPBS/article/view/8536>, diakses 10 Desember 2020)
- Aslinda dan Leni Syafyahya. 2014. *Pengantar Sociolinguistik*. Bandung: Refika Aditama.
- Azizah, Ika Anindya, dkk. 2017. "Campur Kode dan Alih Kode di Tempat Pelelangan Ikan Kecamatan Puger Kabupaten Jember (Kajian Sociolinguistik)". *Publika Budaya*, Vol 5 Nomor 1. (<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/PB/article/view/5985/4435>, diakses 30 Maret 2021)
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2014. *Sociolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dewi, Dyah Ayu Resita, dkk. 2019. "Alih Kode dan Campur Kode pada Iklan di Akun Instagram Carubanid". *Widyabastra*, Vol 7 Nomor 2. (<http://ejournal.unipma.ac.id/index.php/widyabastara/article/view/5942>, diakses 30 Maret 2021)

- Harya, Trisna Dinillah. 2018. "Sociolinguistics (Code: Code Switching and Code Mixing)". *Lentera*, Vol 11, 87-88. (<http://jurnal.stkippgribl.ac.id/index.php/lentera/article/view/74>, diakses 30 Maret 2021)
- Mahsun. 2014. *Metode Penelitian Bahasa (Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya)*. Jakarta: Rajawali Press.
- Malabar, Sayama. 2015. *Sosiolinguistik*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Malena, *Ini Lho Arti Huruf K di Belakang Angka di Harga Menu Makanan Itu* (<https://www.kalderanews.com/2017/12/ini-lho-arti-huruf-k-di-belakang-angka-di-harga-menu-makanan-itu/>, diakses 30 Maret 2021)
- Mustikawati, Diyah Atiek. 2015. "Alih Kode dan Campur Kode antara Penjual dan Pembeli (Analisis Pembelajaran Berbahasa Melalui Studi Sosiolinguistik)". *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, Vol 3 Nomor 2. (<http://journal.umpo.ac.id/index.php/dimensi/article/view/154>, diakses 10 Desember 2020)
- R. Jeko. I. *Shopee Aplikasi Belanja Online meluncur di Indonesia*. (<https://www.liputan6.com/tekno/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia>, diakses pada 31 Desember 2020)
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretatif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Basuki. 2009. *Pedoman Penelitian Sosiolinguistik*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Sukmadewi, Sinta. 2018. "Campur Kode dalam Transaksi Jual Beli Online (Daring)". Mataram: FKIP Universitas Mataram. (<http://fkipunram.rf.gd/ifkip3.php?nim=E1C11116>, diakses 10 Desember 2020)
- Sumarsono. 2017. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: SABDA.
- Wikipedia, *K-Pop*. (<https://id.wikipedia.org/wiki/K-pop>, diakses 12 Desember 2020)
- Yulianto, Eko, Hilda Hilaliyah, dan Chadis. 2019. "Penggunaan Bahasa pada Transaksi Jual Beli di Toko Dalam Jaringan (Daring) (Kajian Sosiolinguistik)". *Deiksis-Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. Hal. 99 - 109. (<http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/>
- [Deiksis/article/view/1202](http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/Deiksis/article/view/1202), diakses 10 Desember 2020)