

**CAMPUR KODE SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI  
SALES PROMOTION GIRL (SPG) KEPADA  
CALON KONSUMEN DI MAL JOGJATRONIK  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Sastra**



**ARIEF KURNIAWAN SAFEI  
NIM 08210144002**

**JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2015**

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul *Campur Kode Sebagai Strategi Komunikasi Sales Promotlon  
Girl (SPG) Kepada Calon Konsumen Di Mal Jogiatronik Yogyakarta* ini telah  
disetujui oleh pembimbing untuk diajukan.



Yogyakarta, 14 Agustus 2015

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Siti Maslakhah', written over a white rectangular background.

Siti Maslakhah, SS., M.Hum.

NIP 19700419199802200

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Campur Kode Sebagai Strategi Komunikasi Sales Promotion Girl (SPG) Kepada Calon Konsumen Di Mal Jogjatronik Yogyakarta* ini telah ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 14 Agustus 2015 dan dinyatakan lulus.

Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
Esti Swatika Sari, S.Pd., M.Hum.	Ketua Penguji		20 Agustus 2015
Ahmad Wahyudin, S.S., M.Hum.	Sekretaris Penguji		19 Agustus 2015
Dr. Teguh Setiawan, M.Hum.	Penguji I		20 Agustus 2015
Siti Maslakhah, S.S., M.Hum.	Penguji II		19 Agustus 2015

Yogyakarta, 14 Agustus 2015

Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan



Prof.Dr.Zamzani,M.Pd.

NIP19550505198011 1 001

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : Arief Kurniawan Safei

NIM : 08210144002

Program Studi : Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

menyatakan bahwa karya ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, karya ilmiah tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 14 Agustus 2015

Penulis,



Arief Kurniawan Safei

## MOTTO

Dua kenikmatan yang memperdaya banyak manusia adalah  
sehat dan waktu luang – H.R Bukhari

▪

Bermimpilah dengan segenap pikiran, yakinlah dengan sepenuh hati,  
wujudkanlah dengan seluruh tenaga – wishnutama

▪

Kesalahan jadikan pelajaran berharga, saat ini jadikan pengalaman,  
dan besok jadikan misteri saja - Penulis

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya ini untuk:

- Ibu Bapakku tercinta, Ibu Tarti dan Bapak Amin Safei. Terimakasih atas doa, kasih sayang, dukungan, kepercayaan, materi, dan kesabaran yang telah diberikan kepadaku.
  
- Adikku tersayang, Aldo Nova Kurniawan Safei yang telah memberikan motivasi untuk tetap menjalani kegiatanku, semangat untuk selalu membantu dalam mencari buku-buku, dan berdoa untukku selama masih hidup dan kini kamu sudah disurga di tempat terindah, aku yakin kamu masih tetap mendoakanku.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis sampaikan ke hadirat Allah SWT berkat rahmat, hidayah, dan inayahNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan karena bantuan dari beberapa pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada Rektor UNY, Dekan FBS UNY, Ketua Jurusan PBSI, dan seluruh dosen serta staf Program Studi BSI atas kesempatan dan berbagai kemudahan yang telah diberikan kepada penulis.

Rasa hormat dan terima kasih tak terhingga penulis sampaikan kepada pembimbing, yaitu Siti Maslakhah, SS.,M.Hum. yang penuh kesabaran, kearifan, dan bijaksana telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan yang tidak henti-hentinya di sela-sela kesibukannya.

Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga besar atas doa dan dukungannya selama ini. Teman-teman Sasindo 2008 yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu demi satu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Agustus 2015

Penulis,



Arief Kurniawan Safei

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Identifikasi masalah.....	5
C. Pembatasan masalah.....	5
D. Rumusan masalah.....	6
E. Tujuan penelitian.....	6
F. Manfaat penelitian.....	7
G. Batasan Istilah.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Bahasa Pada Konteks Sosial.....	9
2. Bahasa Sebagai Komunikasi.....	11
3. Peristiwa Tutur.....	12
4. Pengertian Campur Kode.....	15
5. Latar Belakang Terjadinya Campur Kode.....	19
B. Indikator.....	21
C. Penelitian Yang Relevan .....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
A. Pendekatan Penelitian.....	24
B. Sumber Data, Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Metode Pengumpulan Data.....	26
F. Instrumen Penelitian.....	30
G. Keabsahan Data.....	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Hasil Penelitian .....	31
B. Pembahasan .....	34
1. Bentuk-bentuk Campur Kode.....	35
a. Campur Kode Yang Berupa Penyisipan Kata.....	36
b. Campur Kode Yang Berupa Penyisipan Frasa.....	56
c. Campur Kode Yang Berupa Pengulangan kata.....	58
2. Faktor-faktor menyebabkan Campur Kode.....	59
a. Maksud dan Kehendak Tutar.....	59
b. Keterbatasan Penguasaan Kode.....	62
c. Mitra Tutar dan Kebiasaan.....	65
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	74

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1: Kartu Data.....	27

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Indikator Bentuk Campur Kode.....	21
Tabel 2 : Indikator Faktor Penyebab Campur Kode.....	21
Tabel 3 : Bentuk Campur Kode.....	32
Tabel 4 : Faktor Penyebab Campur Kode.....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Percakapan Campur Kode Antara <i>Sales Promotion Girl (SPG)</i> Kepada Calon Konsumen yang Terjadi di Mall Elektronik Jogjatronik Yogyakarta.....	74
Lampiran 2 : Bentuk Campur Kode Antara <i>Sales Promotion Girl (SPG)</i> Kepada Calon Konsumen yang Terjadi di Mall Elektronik Jogjatronik Yogyakarta.....	85

**CAMPUR KODE SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI  
SALES PROMOTION GIRL (SPG) KEPADA CALON KONSUMEN  
DI MAL JOGJATRONIK YOGYAKARTA**

**Oleh Arief Kurniawan Safei  
NIM 08210144002**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan (1) bentuk campur kode dan (2) faktor-faktor penyebab campur kode yang terjadi pada percakapan *Sales Promotion Girl (SPG)* kepada calon konsumen di Mal Jogjatronik Yogyakarta. Dipilih karena dalam penjelasan yang dilakukan *Sales Promotion Girl (SPG)* kepada calon konsumen terdapat bentuk-bentuk campur kode dan juga faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya campur kode.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini difokuskan pada bentuk dan faktor-faktor penyebab terjadinya campur kode *Sales Promotion Girl (SPG)* kepada calon konsumen. Teknik pengambilan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah tehnik simak, bebas, libat, cakap karena peneliti tidak terlibat dalam percakapan atau konversasi, tetapi hanya sebagai pemerhati yang hanya penuh minat tekun mendengarkan apa yang dikatakan atau penjelasan yang dilakukan *Sales Promotion Girl (SPG)* terhadap calon konsumen, begitu pun sebaliknya peneliti mendengarkan dan memperhatikan konsumen bertanya kepada *Sales Promotion Girl (SPG)*.

Hasil penelitian menunjukkan dua kesimpulan. *Pertama*, Peristiwa campur kode yang terjadi pada peristiwa tutur antara *Sales Promotion Girl (SPG)* dan calon konsumen di pusat perbelanjaan Mal Jogjatronik Yogyakarta menyebabkan terjadinya bentuk - bentuk campur kode yang berupa (1) penyisipan kata, (2) penyisipan frasa, dan (3) campur kode berupa pengulangan kata. *Kedua* terjadinya beberapa faktor-faktor yang menjadi penyebab terjadinya peristiwa campur kode tersebut adalah (1) keterbatasan penguasaan kode, (2) kebiasaan, (3) maksud dan kehendak tutur.

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Semua orang mempunyai dan menggunakan bahasa. Menggunakan bahasa atau berbahasa ini menurut Sri Utari Subyakto (1987: 1) adalah suatu kegiatan yang kita lakukan selama kita bangun, bahkan juga kadang-kadang waktu tidur atau mimpi, sehingga kita menganggap berbahasa itu sebagai sesuatu yang normal, bahkan alamiah seperti bernafas, dan tidak memikirkannya. Manusia sebagai makhluk sosial selalu berinteraksi dengan orang lain. Komunikasi melalui bahasa memungkinkan seseorang dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Chaer & Agustina (1995: 15) bahwa bahasa adalah sebuah sistem, artinya bahasa itu dibentuk oleh sejumlah komponen yang berpola secara tetap dan dapat dikaidahkan. Bahasa itu bersifat unik dan universal, unik artinya memiliki ciri atau sifat khas yang tidak dimiliki bahasa lain dan universal berarti memiliki ciri yang sama yang ada pada semua bahasa.

Hakikat bahasa menurut Mackey (1986: 20) meliputi konsep tentang bahasa sebagai urutan bunyi sampai pada konsep bahasa sebagai segala sesuatu yang dapat dibicarakan, termasuk alat yang digunakan untuk membicarakannya. Bahasa dapat digambarkan bukan hanya sebagai rangkaian bunyi saja, juga mengandung ide. Hal ini bisa meliputi atau tidak menyangkut pengertian tentang rangkaian bunyi. Bahasa sebagai sarana komunikasi yang paling penting pada masyarakat. Oleh karena kedudukannya sangat penting, maka bahasa tidak akan pernah lepas dari kehidupan manusia dan selalu ada dalam setiap aktivitas dan

kehidupannya. Pemakaian bahasa dalam komunikasi juga ditentukan oleh faktor-faktor nonlinguistik atau luar bahasa, antara lain faktor sosial yang merupakan faktor yang berpengaruh dalam penggunaan bahasa. Pandangan demikian memang cukup beralasan karena pada dasarnya bahasa adalah bagian dari suatu sistem sosial.

Sebagai alat komunikasi dengan sesamanya bahasa terdiri atas dua bagian yaitu bentuk atau arus ujaran dan makna atau isi. Bentuk bahasa adalah bagian dari bahasa yang diserap panca indera entah dengan mendengar atau membaca, sedangkan makna adalah isi yang terkandung di dalam bentuk-bentuk tadi, yang dapat menimbulkan reaksi tertentu. Hubungan antara bahasa dengan sistem sosial dan sistem komunikasi sangat erat. Sebagai sistem sosial pemakaian bahasa dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti usia, tingkat pendidikan, tingkat ekonomi dan profesi. Sementara itu sebagai sistem komunikasi, pemakaian bahasa dipengaruhi oleh faktor situasional yang meliputi siapa saja berbicara dengan siapa, tentang apa (topik) dalam situasi bagaimana, dengan tujuan apa, jalur apa (tulisan, lisan) dan ragam bagaimana (Nababan, 1986: 7).

Berdasarkan sarana tuturnya bahasa dibedakan menjadi dua macam yaitu bahasa lisan dan bahasa tertulis. Pada bahasa lisan pembicaraan dan pendengar saling berhadapan secara langsung sehingga mimik, gerak dan intonasi pembicara dapat memperjelas maksud yang akan disampaikan. Sementara itu untuk bahasa tulisan walaupun penulis dan pembicara tidak berhadapan secara langsung, tulisan dapat dimengerti oleh pembaca karena penggunaan tanda baca, penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami.

Setiap komunikasi manusia saling menyampaikan informasi yang dapat berupa pikiran, gagasan, maksud, perasaan, maupun emosi secara langsung (Chaer & Agustina, 1995: 61-65). Proses komunikasi terjadi dengan apa yang disebut peristiwa tutur dan tindak tutur dalam satu situasi tutur. Peristiwa tutur (*speech event*) adalah terjadinya atau berlangsungnya interaksi linguistik dalam satu bentuk ujaran atau lebih yang melibatkan dua pihak, yaitu penutur dan lawan tutur, dengan satu pokok tuturan, di dalam waktu, tempat, dan situasi tertentu. Peristiwa tutur ini pada dasarnya merupakan rangkaian dari sejumlah tindak tutur (*speech act*) yang terorganisasikan untuk mencapai suatu tujuan. Tindak tutur dan peristiwa tutur merupakan dua gejala yang terdapat pada satu proses yakni komunikasi.

Komunikasi sangat diperlukan di dunia bisnis khususnya komunikasi yang dilakukan seorang *Sales Promotion Girl* (SPG) di Mal Jogjatronik Yogyakarta terhadap calon konsumen. Seorang *Sales Promotion Girl* (SPG) bertindak sebagai penutur dituntut memiliki kemahiran berbahasa, terutama dalam bahasa lisan. Kemampuan berbahasa sangat berguna bagi *Sales Promotion Girl* (SPG), agar seorang *Sales Promotion Girl* (SPG) dapat memetakan makna kalimat yang akan ia sampaikan kepada calon konsumen dan untuk memahami makna kalimat yang diucapkan oleh calon konsumennya. Dengan demikian, seorang *Sales Promotion Girl* (SPG) di samping memiliki kompetensi komunikasi juga dituntut memiliki kompetensi lain yang lebih luas daripada kompetensi komunikasi.

Dalam komunikasinya *Sales Promotion Girl* (SPG) menggunakan bahasa lisan, bahasa tubuh dan mimik untuk menarik calon konsumen. Bahasa yang digunakan *Sales Promotion Girl* (SPG) terkadang mencampurkan dua atau lebih bahasa atau ragam bahasa dalam melakukan komunikasi terhadap calon konsumen, misalnya pencampuran bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Peristiwa tersebut merupakan campur kode. Campur kode adalah keadaan berbahasa pada saat orang mencampur dua atau lebih bahasa atau ragam bahasa dalam suatu tindak bahasa dan unsur kebahasaan yang terlibat adalah dari tataran kata sampai frase.

Penggunaan campur kode dalam komunikasi yang dilakukan *Sales Promotion Girl* (SPG) membantu komunikasi agar lebih dapat diterima oleh calon konsumen. Campur kode yang dilakukan *Sales Promotion Girl* (SPG) berfungsi sebagai strategi komunikasi penjualan produk yang dipasarkan. Ada beberapa faktor yang menimbulkan *Sales Promotion Girl* (SPG) untuk menggunakan strategi komunikasi dengan campur kode antara lain: (1) faktor partisipan yakni pihak-pihak yang terlibat dalam pertuturan antara *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan calon konsumen, (2) faktor bentuk penyampaian jenis produk yang ditawarkan *Sales Promotion Girl* (SPG) terhadap calon konsumen, dan (3) faktor *key* yakni bentuk penyampaian pesan *Sales Promotion Girl* (SPG) terhadap calon konsumen menggunakan nada, cara dan semangat yang ditunjukkan dengan gerak tubuh dan isyarat. Penggunaan campur kode yang dilakukan *Sales Promotion Girl* (SPG) terhadap calon konsumen dengan tepat akan membuat calon konsumen

serius mendengarkan deskripsi produk yang ditawarkan dan berminat untuk membeli produk yang ditawarkan.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian di atas ada beberapa permasalahan yang dapat dikaji, di antaranya:

1. Variasi yang terdapat pada bahasa *Sales Promotion Girl* (SPG) dan calon konsumen dalam interaksi jual beli di Mal Jogjatronik Yogyakarta
2. Campur kode yang terjadi antara *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan calon konsumen dalam interaksi jual beli di Mal Jogjatronik Yogyakarta
3. Faktor-faktor apa yang menyebabkan terjadinya campur kode pada strategi penjualan *Sales Promotion Girl* (SPG) di Mal Jogjatronik Yogyakarta dalam komunikasinya terhadap calon konsumen.
4. Fenomena kebahasaan yang terjadi pada *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan calon konsumen di Mal Jogjatronik Yogyakarta.

## **C. Pembatasan Masalah**

Dari rincian identifikasi masalah di atas tampak bahwa masalah yang berkaitan dengan campur kode ada beberapa hal. Tentu saja dari sekian masalah yang ada, tidak semuanya diungkap dalam penelitian ini. Pada penelitian ini diberikan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Bentuk dari campur kode dalam strategi penjualan *Sales Promotion Girl* (SPG) di Mal Jogjatronik Yogyakarta dalam komunikasinya terhadap calon konsumen.
2. Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya campur kode pada strategi penjualan *Sales Promotion Girl* (SPG) di Mal Jogjatronik Yogyakarta dalam komunikasinya terhadap calon konsumen.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk campur kode dalam strategi penjualan *Sales Promotion Girl* (SPG) di Mall Jogjatronik Yogyakarta dalam komunikasinya terhadap calon konsumen?
2. Apakah faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya campur kode pada strategi penjualan *Sales Promotion Girl* (SPG) di Mal Jogjatronik Yogyakarta dalam komunikasinya terhadap calon konsumen?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bentuk terjadinya campur kode pada *Sales Promotion Girl* (SPG) di Mal Yogyakarta dalam percakapan dengan calon konsumen.
2. Mengetahui faktor-faktor penyebab terjadinya campur kode pada *Sales Promotion Girl* (SPG) di Mal Jogjatronik Yogyakarta .

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian tentang campur kode sebagai strategi komunikasi penjualan *Sales Promotion Girl* (SPG) pada studi kasus SPG di Mal Jogjatronik Yogyakarta:

1. Agar masyarakat luas lebih memahami arti komunikasi yang dilakukan *Sales Promotion Girl* (SPG) di pusat-pusat perbelanjaan ataupun di tempat umum lainnya.
2. Bagi penulis, penelitian ini dapat memberikan pengalaman dalam penulisan karya ilmiah dan penelitian dalam bidang linguistik terutama pada campur kode sehingga dapat menambah pengetahuan, khususnya dalam pembelajaran dengan pendekatan studi kasus.

## **G. Batasan Istilah**

### 1. Campur Kode

Campur kode adalah Penggunaan dua bahasa (varian) atau lebih dalam tindak tutur dalam satu masyarakat tutur secaramencampurkan menjadi satu bahasa dengan penyusunan unsur-unsur yang satu ke dalam yang lain dalam batasan linguistik tertentu Strategi

### 2. Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain.

### 3. Sales Promotion Girl (SPG)

Sales Promotion Girl (SPG) adalah seorang perempuan yang kerjanya lebih difokuskan untuk menarik pembeli atau calon konsumen. Biasanya SPG berpenampilan menarik.

### 4. Calon Konsumen

Calon konsumen adalah calon pembeli

### 5. Mal Jogjatronik

Mall adalah pusat orang berjual beli atau pusat perbelanjaan yang tempatnya di dalam ruangan yang suhunya diatur dan memiliki jalur untuk berjalan-jalan maupun nongkrong, biasanya mall lebih dikenal pasar modern.

## **BAB II KAJIAN TEORI**

### **A. Deskripsi Teori**

#### **1. Bahasa pada Konteks Sosial**

Wujud variasi bahasa itu berupa idiolek, ragam bahasa, register dan tingkat tutur. Variasi bahasa mungkin terdapat dalam kelompok pemakai di dalam domain-domain sosial masyarakat yang kecil, bahkan terdapat di dalam pemakaian bahasa perorangan (Suwito, 1985:23). Faktor yang mempengaruhi variasi bahasa adalah tata susunan masyarakat setempat sehingga bahasa digunakan sebagai sarana aktifitas antar anggota masyarakat. Faktor penutur mempengaruhi bahasa yang digunakan sebab setiap penutur mempunyai bahasa penutur sendiri yang tidak dimiliki penutur lain. Faktor situasional mempengaruhi variasi bahasa.

Latar belakang kebahasaan yang menyebabkan seseorang melakukan campur kode disebabkan oleh hal-hal berikut:

- a. *Low frequency of word*, yaitu karena kata-kata dalam bahasa asing tersebut lebih mudah diingat dan lebih stabil maknanya.
- b. *Pernicious homonymy*, maksudnya adalah jika penutur menggunakan kata dari bahasanya sendiri maka kata tersebut dapat menimbulkan masalah homonim yaitu makna ambigu.
- c. *Oversight*, yaitu keterbatasan kata-kata yang dimiliki oleh bahasa penutur. Banyaknya istilah dalam bidang telekomunikasi yang berasal dari bahasa

asing menyebabkan penutur sulit menemukan padanannya dalam bahasa penutur.

- d. *End (purpose and goal)*, yaitu akibat atau hasil yang dikehendaki. *End* (tujuan) meliputi membujuk, dengan menyakinkan, menerangkan. Untuk mencapai hasil tersebut penutur harus menggunakan campur kode.

Contoh *Low frequency of word* dalam pembicaraan *Sales Promotion Girl* (SPG) di stand Samsung :

SPG : “kami menyediakan *asesoris* dan produk *original* dari Samsung mobile dengan harga yang terjangkau, mari silahkan dilihat”.

Kata *asesories* dan *original* merupakan penyusupan unsur bahasa asing yaitu bahasa Inggris yang lebih mudah dan sering didengar oleh pelanggan Samsung atau pelanggan pengguna merk *handphone* yang lainnya. Jika penutur menggunakan makna sebenarnya yaitu “asli” maka makna tersebut akan menjadi tidak stabil sebab dalam istilah telekomunikasi asli dapat berarti kualitas kelas satu atau dua yang sebenarnya tidak masuk dalam kategori asli. Namun jika menggunakan kata *original* pelanggan pasti lebih yakin bahwa barang tersebut benar-benar asli dari Samsung.

Pada *Sales Promotion Girl* (SPG) dia bersifat menjual barang ke pelanggan yang dianggapnya berpotensi untuk membeli. Biasanya *Sales Promotion Girl* (SPG) melihat dari sisi status sosialnya tetapi kekurangan *Sales Promotion Girl* (SPG) dia hanya melihat dari sisi pakaian yang digunakan target sehingga menurut *Sales Promotion Girl* (SPG) orang yang menggunakan pakaian

rapi dan bagus serta modern ialah orang yang status sosialnya tinggi atau menengah ke atas. Ciri yang paling kelihatan dari *Sales Promotion Girl* (SPG) adalah ketika dia menawarkan barang terhadap pelanggan yang menurutnya berpotensi untuk membeli, *Sales Promotion Girl* (SPG) seperti kelihatan memaksa jadi pelanggan biasanya menjadi merasa kurang suka. Dengan cara komunikasi *Sales Promotion Girl* (SPG) terhadap pelanggan agar pelanggan tertarik dan membelinya itulah yang akan menjadi objek kajian penulis dengan campur kode yang dilakukan *Sales Promotion Girl* (SPG) dan lawan bicaranya (pelanggan).

## **2. Bahasa Sebagai Komunikasi**

Bahasa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002: 89) adalah sistem lambang bunyi yang dipakai oleh suatu masyarakat untuk berinteraksi; percakapan yang baik, tingkah laku yang baik, serta sopan santun. Bahasa menunjukkan bangsa. Ciri budi bahasa seseorang dapat menunjukkan dari mana dia berasal. Budi bahasa seseorang mencerminkan tingkat keluhuran keturunannya atau lingkungan keluarganya.

Bahasa juga sebagai komunikasi. Komunikasi menurut Robert Sibarani (1992: 89) adalah penyampaian amanat atau pesan dari pesapa (pengirim) kepada penyapa (penerima) melalui saluran berupa sistem tanda. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila amanat atau pesan yang disampaikan penyapa dapat diterima pesapa persis sama dengan apa yang ada dalam pikiran penyapa. Proses

penyampaian pesan atau amanat dari penyapa kepada pesapa selalu dipengaruhi beberapa faktor yang dapat mengurangi kelancaran penyampaian pesan.

Fungsi bahasa menurut Mansoer Pateda (1987: 4) adalah sebagai alat komunikasi. Bahasa merupakan alat yang ampuh untuk berhubungan dan bekerjasama. Tetapi dengan bahasa orang dapat berkelahi dan berperang. Dalam bahasa Indonesia dan bahasa daerah, ada kata-kata dan kalimat yang artinya kita harus berhati-hati kalau mempergunakan bahasa. Bahasa dapat berfungsi (maksudnya bahasa lisan) kalau sekurang-kurangnya terdapat dua orang. Apa saja yang kita kehendaki dapat dilaksanakan hanya dengan bahasa meskipun masih ada persyaratan lainnya. Dalam berkomunikasi terutama lewat bahasa, suasana hati, konteks, keganjilan alat-alat ujar, keanehan pendengaran, ragam sistem tanda dan kebisingan sangat mempengaruhi kelancaran komunikasi. Tujuan utama komunikasi adalah penyampaian pesan, maka pesapa sangat dituntut untuk dapat menanggapi atau memperoleh pesan dari karya sastra tersebut.

### **3. Peristiwa Tutar**

Dalam setiap komunikasi interaksi linguistik, manusia saling menyampaikan informasi, baik berupa gagasan, maksud, pikiran, perasaan, maupun emosi secara langsung. Menurut Chaer dan Agustina (Aslinda & Leni Syafyahya, 2007: 31) hubungannya dengan peristiwa tutur adalah berlangsungnya atau terjadinya interaksi linguistik dalam suatu ujaran atau lebih yang melibatkan dua pihak, yakni penutur dan mitra tutur dengan satu pokok tuturan dalam waktu, tempat, dan situasi tertentu. Jadi, terjadi interaksi linguistik untuk saling

menyampaikan informasi antara dua belah pihak tentang satu topik atau pokok pikiran, waktu, tempat, dalam situasi itulah yang disebut peristiwa tutur.

Berdasarkan pengertian peristiwa tutur tersebut, secara kongkret kita dapat menentukan interaksi yang disebut sebagai peristiwa tutur linguistik, antara lain rapat di kantor, diskusi dalam ruangan perkuliahan, sidang di pengadilan, serta interaksi antara pedagang dan pembeli di pasar atau di warung serta interaksi atau komunikasi antara *Sales Promotion Girl* (SPG) kepada calon pembeli. Menurut Hymes (Aslinda & Leni Syafyahya, 2007: 32), bahwa suatu peristiwa tutur harus memenuhi delapan komponen tutur yang diakronimkan menjadi *SPEAKING*. Kedelapan komponen tersebut adalah *Setting and Scene, Participant, Ends, Act Sequences, Key, Instrumentalities, Norms of Interaction and Interpretation*, dan *Genres*.

*Setting* berhubungan dengan waktu dan tempat pertuturan berlangsung, sementara *scene* mengacu pada situasi, tempat, dan waktu terjadinya pertuturan. Waktu, tempat, dan situasi yang berbeda dapat menyebabkan penggunaan variasi bahasa yang berbeda. Percakapan yang dilakukan di lapangan sepak bola ketika ada pertandingan dengan situasi yang ramai, tentu akan berbeda dengan percakapan yang dilakukan di perpustakaan pada waktu banyak orang yang sedang membaca dalam situasi yang sunyi.

*Participant* adalah peserta tutur atau pihak-pihak yang terlibat dalam pertuturan, yakni adanya penutur dan mitra tutur. Status sosial partisipan menentukan ragam bahasa yang digunakan, misalnya seorang jaksa dalam

persidangan akan berbeda ragam bahasa yang digunakan ketika berbicara dengan anak-anaknya di rumah.

*Ends* mengacu pada maksud dan tujuan pertuturan. Dalam ruang seminar misalnya, penyaji berusaha menjelaskan maksud yang dibuatnya, sementara pendengar (peserta) sebagai mitra tutur berusaha mempertanyakan makalah yang disajikan penutur.

*Act Sequences* berkenaan dengan bentuk ujaran dan isi ujaran. Bentuk berkaitan dengan kata-kata yang digunakan, sementara isi berkaitan dengan topik pembicaraan.

*Key* berhubungan dengan nada suara (*tone*), penjiwaan (*spirit*), sikap atau cara (*manner*) saat sebuah tuturan diucapkan, misalnya dengan gembira, santai, dan serius.

*Instrumentalities* berkenaan dengan saluran (*channel*) dan bentuk bahasa (*the form of speech*) yang digunakan dalam pertuturan. Saluran misalnya oral, tulisan, isyarat, baik berhadap-hadapan maupun melalui telephon untuk yang saluran oral, tulisan bisa juga dalam telegraf.

*Norms of Interaction and Interpretation*, adalah norma-norma atau aturan yang harus dipahami dalam berinteraksi. Norma interaksi dicerminkan oleh tingkat oral atau hubungan sosial dalam sebuah masyarakat bahasa.

*Genres* mengacu pada bentuk pencapaian, seperti puisi, pepatah, doa, dan sebagainya menurut Chaerdan Agustin (Aslinda & Leni Syafyahya, 2007: 33). Keseleruhan komponen serta peranan komponen-komponen tutur yang dikemukakan Hymes (Aslinda & Leni Syafyahya, 2007: 33) dalam sebuah

peristiwa berbahasa itulah yang disebut dengan peristiwa tutur (*speech event*). Pada dasarnya, peristiwa tutur rangkaian dari sejumlah tindak tutur yang terorganisasikan untuk mencapai suatu ujaran.

#### **4. Pengertian Campur Kode**

Pengertian campur dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002: 192) adalah menjadi satu. Pengertian kode dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002: 442) adalah tanda yang berupa kata, tulisan, sandi, dan sebagainya yang disepakati mengandung maksud-maksud tertentu; kumpulan peraturan atau kumpulan prinsip yang sistematis. Kemampuan komunikatif penutur dalam suatu masyarakat, bahasa akan sangat mempengaruhi hasil yang diharapkan penutur tersebut. Kemampuan komunikatif menurut Nababan (1984:10) adalah kemampuan untuk memilih dan menggunakan satuan-satuan bahasa itu disertai dengan aturan-aturan penggunaan bahasa dalam suatu masyarakat bahasa.

Pengkajian tentang bentuk-bentuk serta perubahan bahasa khususnya variasi bahasa dalam penelitian ini akan dibahas tentang campur kode. Menurut Thelander (Chaer, 1995:152) apabila dalam suatu peristiwa tutur terjadi peralihan dari satu klausa suatu bahasa ke klausa bahasa lain maka peristiwa yang terjadi adalah alih kode. Sementara apabila suatu peristiwa tutur, klausa-klausa maupun frase-frase yang digunakan terdiri dari klausa dan frase campuran maka peristiwa yang terjadi adalah campur kode.

Menurut Paul Ohoiwutun (2007: 68) antara sesama penutur yang bilingual atau multilingual, sering dijumpai sesuatu gejala yang dapat dipandang sebagai

suatu kekacauan atau interferensi berbahasa (*performance interference*). Fenomena ini berbentuk penggunaan unsur-unsur dari bahasa tertentu dalam satu kalimat atau wacana bahasa lain yang dinamai campur kode (*code mixing*). Campur kode dapat didefinisikan sebagai penggunaan lebih dari satu bahasa atau kode dalam satu wacana menurut pola-pola yang masih belum jelas. Campur kode dilakukan dalam penggunaan bahasa Indonesia yang dicampur dengan bahasa Inggris. Weinreich dalam Paul Ohoiwutun (2007: 69-70) menamai campur kode ini sebagai "*mixed grammar*". Penggunaan campur bahasa Inggris dalam bahasa Indonesia mengacu pada prinsip berbahasa yang singkat, jelas dan tidak berdwimakna. Campur kode umumnya hanya terjadi pada situasi berbahasa tidak resmi dan didorong oleh motif prestise (*prestige filling motive*).

Pengertian kode menurut Poedjosoedarmo (Rahardi, 2001:20-22) dapat didefinisikan sebagai suatu sistem tutur yang penerapan unsur bahasanya mempunyai ciri khas sesuai dengan latar belakang penutur, relasi penutur dengan lawan bicara dan situasi tutur yang ada. Kode biasanya berbentuk varian bahasa yang secara nyata dipakai berkomunikasi anggota suatu masyarakat bahasa. Seseorang sering mengganti kode bahasanya pada saat bercakap-cakap. Pergantian itu dapat disadari atau bahkan mungkin pula tidak disadari oleh penutur. Kode menurut Suwito (Rahardi, 2001:22) adalah salah satu varian di dalam hirarki kebahasaan yang dipakai dalam komunikasi. Kode itu memiliki sifat yang netral, karena kode itu tidak memiliki kecenderungan interpretasi yang menimbulkan emosi.

Menurut Nababan (1993: 32) bilamana orang mencampur dua atau lebih bahasa atau ragam bahasa dalam suatu tindak bahasa (*speech act* atau *discourse*) tanpa ada sesuatu dalam situasai berbahasa itu yang menuntut penutur dan atau kebiasaannya yang dituruti. Tindak bahasa yang demikian kita sebut campur kode. Di Indonesia, campur kode ini sering sekali terdapat dalam keadaan orang berbincang-bincang; yang dicampur ialah bahasa Indonesia dan bahasa daerah. Jikalau yang berbincang-bincang itu orang-orang yang terpelajar, kita dapat juga melihat campur kode antara bahasa Indonesia atau bahasa daerah dengan bahasa asing (Inggris atau Belanda). Ciri yang menonjol dalam campur kode ialah kesantiaian atau situasi informal. Dalam situasi berbahasa yang formal, jarang terdapat campur kode. Kalau terdapat campur kode dalam keadaan demikian, itu disebabkan karena tidak ada ungkapan yang tepat dalam bahasa yang sedang dipakai itu, sehingga perlu memakai kata atau ungkapan dari bahasa asing, dalam bahasa tulisan, hal ini kita nyatakan dengan mencetak miring atau menggarisbawahi kata atau ungkapan bahasa asing yang bersangkutan. Kadangkadangkang terdapat juga campur kode ini bila pembicara ingin memamerkan keterpelajarannya atau kedudukannya.

Campur kode menurut Chaer & Agustina (1995:158) adalah digunakannya serpihan-serpihan dari bahasa lain dalam menggunakan suatu bahasa, yang mungkin memang diperlukan, sehingga tidak dianggap suatu kesalahan atau penyimpangan, maka dalam peristiwa interferensi juga digunakannya unsur-unsur bahasa lain dalam menggunakan suatu bahasa, yang dianggap sebagai suatu kesalahan karena menyimpang dari kaedah atau aturan bahasa yang digunakan.

Campur kode menurut Subyakto, Sri Utari (1987:94-95) adalah penggunaan dua atau lebih bahasa atau ragam bahasa secara santai antara orang-orang yang kita kenal dengan akrab. Dalam situasi berbahasa yang informal ini, kita dapat dengan bebas mencampurkan kode (bahasa atau ragam bahasa) kita, khususnya apabila ada istilah-istilah yang tidak dapat diungkapkan dalam bahasa lain.

Campur kode menurut Aslinda & Leni Syafyaha (2007: 87) terjadi apabila seseorang penutur bahasa, misalnya bahasa Indonesia memasukkan unsur-unsur bahasa daerahnya ke dalam pembicaraan bahasa Indonesia. Dengan kata lain, seseorang yang berbicara dengan kode utama bahasa Indonesia yang memiliki fungsi keotonomiannya, sedangkan kode bahasa daerah yang terlibat dalam kode utama merupakan serpihan-serpihan saja tanpa fungsi atau keotonomian sebagai sebuah kode.

Menurut Nababan dalam Aslinda & Leni Syafyaha (2007: 87) ciri yang menonjol dalam campur kode ini ialah kesantaian atau situasi informal. Dalam situasi berbahasa formal, jarang terjadi campur kode, kalau terdapat campur kode dalam keadaan itu karena tidak ada kata atau ungkapan yang tepat untuk menggantikan bahasa yang sedang dipakai sehingga perlu memakai kata atau ungkapan dari bahasa daerah atau bahasa asing. Seorang penutur misalnya, dalam berbahasa Indonesia banyak menyelipkan bahasa daerahnya, maka penutur itu dapat dikatakan telah melakukan campur kode. Akibatnya, muncul satu ragam bahasa Indonesia yang keminang-minangan, bahasa Indonesia kejawa-jawaan, dan lainnya. Dalam suatu peristiwa tutur klausa-klausa dan frase-frase yang digunakan terdiri dari klausa dan frase campuran dan masing-masing klausa atau frase tidak

lagi mendukung fungsi sendiri-sendiri maka peristiwa yang terjadi adalah campur kode.

Bentuk campur kode menurut Suwito (dalam Rosita, 2011) berdasarkan unsur-unsur kebahasaan adalah sebagai berikut: (1) penyisipan unsur-unsur berwujud kata, (2) penyisipan unsur-unsur berwujud frasa, (3) penyisipan unsur-unsur berwujud baster, (4) penyisipan unsur-unsur berwujud perulangan kata, (5) penyisipan unsur-unsur berwujud ungkapan atau idiom, dan (6) penyisipan unsur-unsur berwujud klausa.

Terjadinya campur kode merupakan ketergantungan bahasa dalam masyarakat multilingual. Di dalam campur kode, ciri-ciri ketergantungan ditandai oleh adanya hubungan timbal balik antara peranan dan fungsi kebahasaan. Peranan yang dimaksud adalah siapa yang menggunakan bahasa itu, sedangkan fungsi kebahasaan apa yang hendak dicapai penutur dan tuturannya.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa campur kode adalah penggunaan dua bahasa (varian) atau lebih dalam tindak tutur dalam satu masyarakat tutur secara mencampurkan menjadi satu bahasa dengan penyusunan unsur-unsur yang satu ke dalam yang lain dalam batasan linguistik tertentu. Pada campur kode ini ada sebuah kode utama atau kode dasar yang digunakan dan memiliki fungsi dan keotonomiannya.

## **5. Latar Belakang Terjadinya Campur Kode**

Faktor-faktor bahasa yang mempengaruhi penggunaan bahasa adalah faktor-faktor yang diungkapkan Dell Hymes (Nababan, 1993:7) dengan akronim SPEAKING yang bila dijabarkan berarti :

- a. *Setting dan scene*, dalam bagian ini unsur-unsur yang dimaksud yaitu keadaan, suasana, serta situasi penggunaan bahasa tersebut pada waktu dilakukan. Hal ini akan mempengaruhi tuturan seseorang dalam suatu komunikasi.
- b. *Participant*, yaitu siapa yang terlibat dalam peristiwa berbahasa, hal ini berkaitan antara penutur dan lawan tutur. Keputusan tindak bahasa penutur pada bagian ini dipengaruhi oleh kedudukan dan permasalahan yang melatari suatu komunikasi.
- c. *End*, dalam unsur ini yang dibicarakan adalah akibat atau hasil dan tujuan apa yang dikendaki oleh pembicara, hal ini akan berpengaruh pada bentuk bahasa serta tuturan pembicara.
- d. *Act sequence*, dalam unsur ini yang dibicarakan adalah bentuk, isi pesan dan topik yang akan dibicarakan dalam komunikasi. Hal ini juga berpengaruh pada bentuk bahasa serta tuturan pembicara.
- e. *Key*, unsur nada suara yang bagaimana serta ragam bahasa yang digunakan dalam komunikasi akan berpengaruh pada bentuk tuturan.
- f. *Instrumentalis*, yaitu tuturan akan dipakai dalam komunikasi. Jalur ini bisa berupa tuturan melalui media cetak, media dengar, dan sebagainya.
- g. *Norm of intersection and interpretation*, unsur norma atau tuturan yang harus dimengerti dan ditaati dalam suatu komunikasi. Norma yang dimaksud dapat berupa norma bahasa yang mengatur bagaimana agar bahasa tersebut mudah dipahami.

h. *Genres*, yaitu unsur berupa jenis penyampaian pesan. Jenis penyampaian pesan ini berwujud puisi, dialog, cerita dan lain-lain. Hal ini juga dipengaruhi oleh bentuk-bentuk yang digunakan.

## B. Indikator

Indikator pada sebuah penelitian diartikan sebagai sebuah kriteria atau ukuran-ukuran untuk menilai suatu variabel penelitian. Indikator harus lebih dari satu jika bermaksud untuk mengukur suatu variabel karena agar dapat menarik kesimpulan bagaimana sebenarnya kondisi atau kualitas dari variabel tersebut.

**Tabel 1: Indikator Bentuk Campur Kode**

No	Bentuk Campur Kode	Indikator
1	Campur kode berupa penyisipan kata	Peristiwa tutur antara <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG) kepada calon konsumen yang berupa penyisipan kata.
2	Campur kode berupa penyisipan frase	Peristiwa tutur antara <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG) kepada calon konsumen yang berupa penyisipan frase.
3	Campur kode berupa pengulangan kata	Peristiwa tutur antara <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG) kepada calon konsumen yang berupa pengulangan kata.

**Tabel 2: Indikator Faktor Penyebab Campur Kode**

No	Faktor Terjadinya Campur Kode	Indikator
1	Maksud dan kehendak tutur	Terjadinya maksud dan kehendak tutur antara <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG) kepada calon konsumen.
2	Keterbatasan penguasaan kode	Terjadinya keterbatasan penguasaan kode tutur antara <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG) kepada calon konsumen.
3	Mitra tutur dan kebiasaan	Terjadinya mitra tutur dan kebiasaan tutur antara <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG) kepada calon konsumen.

### C. Penelitian yang Relevan

Penelitian mengenai campur kode sudah pernah dilakukan dalam beberapa penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini disertakan penelitian-penelitian sejenis yang pernah dilakukan sehingga dapat dibedakan dengan penelitian ini. Penelitian tersebut adalah:

1. “Anggit Putri Sarwanti, 2013 Analisis tindak tutur langsung dan tidak langsung dalam novel MS.B : “Will u marry me?” karya Fira Basuki (Suatu kajian pragmatik). Skripsi. Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini membahas tentang tindak tutur langsung dan tidak langsung dalam novel MS.B: “Will u marry me?” karya Fira Basuki dengan mendeskripsikan bentuk penyampaian, fungsi, dan faktor-faktor yang melatarbelakangi tindak tutur langsung yang terdapat dalam novel.
2. Azizah Purnamawati, 2010 “Campur kode dan alih kode tuturan penjual dan pembeli di pasar Johar Semarang. *Skripsi*. Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia IKIP PGRI Semarang. Penelitian ini membahas bentuk dan faktor penyebab terjadinya alih kode dan campur kode dalam peristiwa tutur di ranah pasar tradisional. Kode bahasa yang ditemukan dalam penelitian ini adalah bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dengan ragamnya.
3. Rosita, 2011 “Alih kode dan campur kode bahasa Jawa dalam rapat ibu-ibu PKK di Kepatihan Kulon Surakarta”. *Skripsi*. Jurusan sastra daerah UNS, Surakarta. Penelitian ini membahas tentang bentuk, faktor penyebab dan

fungsi alih kode, campur kode yang terjadi pada peristiwa tutur rapat ibu-ibu PKK di Surakarta.

Pada penelitian di atas terdapat persamaan antara bahasan penelitian dengan Campur kode sebagai strategi komunikasi *Sales Promotion Girl*(SPG) kepada calon konsumen di Mal Jogjatronik Yogyakarta, yaitu diuraikannya tentang peristiwa campur kode sebagai bahasa komunikasi. Perbedaannya adalah pada ranah penelitian dan pembahasan peristiwa kebahasaan yaitu yang pertama tentang tindak tutur langsung dan tidak langsung dalam novel MS.B: “Will u marry me?” karya Fira Basuki dengan mendeskripsikan bentuk penyampaian, fungsi, dan faktor-faktor yang melatarbelakangi tindak tutur langsung yang terdapat dalam novel. Penelitian yang ketiga membahas tentang bentuk, faktor penyebab dan fungsi alih kode, campur kode yang terjadi pada peristiwa tutur rapat ibu-ibu PKK di Surakarta. Tetapi dalam penelitian ini hanya akan membahas bentuk-bentuk dan faktor-faktor campur kode yang dilakukan antara *Sales Promotion Girl* (SPG) kepada calon konsumen di Mal Jogjatronik Yogyakarta ataupun sebaliknya campur kode yang dilakukan calon konsumen kepada *Sales Promotion Girl* (SPG) di Mal Jogjatronik Yogyakarta.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Pendekatan Penelitian**

Suatu penelitian, khususnya penelitian *grounded theory approach* (penelitian dasar: Eksplorasi dan Deskripsi) umumnya menggunakan pendekatan kualitatif dalam analisis-alisisnya. Penelitian kualitatif menurut Strauss dan Corbin (1997: 11-13), adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain. Salah satu alasan menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman para peneliti dimana metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadangkala merupakan sesuatu yang sulit untuk dipahami secara memuaskan.

Sugiyono (2013:1-2) menjelaskan bahwa penelitian dengan menggunakan metode kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Obyek dalam penelitian kualitatif adalah obyek yang alamiah, atau *natural setting*, sehingga metode penelitian ini sering disebut sebagai metode naturalistik. Obyek yang alami adalah obyek yang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki obyek, setelah berada di obyek dan setelah keluar dari obyek relatif tidak berubah.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perpektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi didapat setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian. Berdasarkan analisis tersebut kemudian ditarik kesimpulan berupa pemahaman umum yang sifatnya abstrak tentang kenyataan-kenyataan (Basrowi dan Sukidin, 2002: 2).

#### **B. Sumber Data, Waktu dan Tempat Penelitian**

Sumber data dalam penelitian ini adalah *Sales Promotion Girl* (SPG). Penelitian ini difokuskan pada aspek campur kode dalam tuturan *Sales Promotion Girl* (SPG) untuk menarik calon konsumen. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni sampai Juli 2015.

Mall Elektronik Jogjatronik Yogyakarta yang menjadi tempat penelitian ini terletak di jalan Brigjen Katamso No.75-77 Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Bahasa Inggris yang digunakan *Sales Promotion Girl* (SPG) untuk menjelaskan atau menawarkan produknya kepada pelanggan, merupakan kode yang sering diucapkan *Sales Promotion Girl* (SPG) ketika menjelaskan produknya. Karena kata bahasa Inggris tersebut seperti *made in*, *credit*, *charger* mengacu pada prinsip berbahasa yang singkat, jelas dan tidak berdwimakna, walaupun *Sales Promotion Girl* (SPG) itu tidak menyadarinya. Bahasa kode tersebut terjadi karena bahasa asal teknologi gadget, yang bila dipadankan ke dalam bahasa Indonesia dapat menjadi frasa atau kalimat yang panjang, kurang jelas dan mungkin bermaksud ganda.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah *Sales Promotion Girl* (SPG) dan calon konsumen di Mal Jogjatronik Yogyakarta, sedangkan objeknya adalah peristiwa tuturan antara *Sales Promotion Girl* (SPG) terhadap calon konsumen di Mal Jogjatronik Yogyakarta. Pemilihan subjek ini dilakukan karena adanya campur kode yang terdapat dalam percakapan antara *Sales Promotion Girl* (SPG) dan calon konsumen di Mal Jogjatronik Yogyakarta. Dalam peristiwa tutur yang terdapat dalam percakapan *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan calon konsumen di Mal Jogjatronik Yogyakarta terdapat beberapa campur kode.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

Sampel diambil dari penelitian kualitatif, karena yang diamati berupa fenomena kebahasaan pada *Sales Promotion Girl* (SPG). Penelitian kualitatif yaitu penelitian menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan tentang orang-orang dengan perilaku yang diamati (Moelong dan Aminudin, 1990:14). Hal ini berarti penekanan penelitian kualitatif diberikan pada kealamiah sumber data. Artinya bahwa data diambil dari konteks penggunaannya.

Penelitian ini terdiri atas empat tahapan yaitu :

1. Tahapan pencatatan percakapan
2. Tahapan analisis percakapan
3. Tahapan reduksi
4. Tahapan penyajian hasil

Setelah memperhatikan dan melihat secara cermat dilakukan pencatatan data langkah berikutnya adalah pencatatan yang dilakukan dengan mencatat kutipan secara langsung dari percakapan *Sales Promotion Girl* (SPG) dan calon konsumen yang diteliti. Teknik ini dilakukan dengan menggunakan kartu data.

Adapun contoh kartu data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 1: Kartu Data**

Year, Month, Day, Nomor urut data  
 Peserta Tutar  
 Konteks:  
 Tutaran:  
 Analisis:  
 Bentuk Campur Kode: Campur kode berupa penyisipan kata:  
 Campur kode berupa frase:  
 Campur kode berupa pengulangan kata:  
 Faktor Penyebab Terjadinya Campur Kode: Maksud dan kehendak tutur:  
 Keterbatasan penguasaan kode:  
 Mitra tutur dan kebiasaan:

Penelitian ini menggunakan metode sampling. Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan tentang orang-orang dengan perilaku yang diamati (Moleong dan Aminudin, 1990:14).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, karena data memerlukan penjelasan secara deskriptif. Teknik pendiskripsian menurut (Asep Abbas Abdullah, 1988) dipergunakan untuk mengetahui semua tujuan diadakan penelitian, langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut :

1. Tahap Pencatatan Percakapan

a. Teknik Dasar : Teknik Sadap

Teknik pengumpulan data ini menggunakan teknik mengambil data pertamanya dengan segenap kecerdikan dan kemauannya harus menyadap pembicaraan seseorang atau beberapa orang.

b. Teknik Simak, Libat, Cakap

Peneliti terlibat langsung dalam dialog, disamping memperhatikan pengguna bahasa lawan bicaranya juga ikut serta dalam pembicaraan lawan bicaranya itu.

c. Teknik Simak ,Bebas, Libat, Cakap

Peneliti tidak terlibat dalam dialog atau konversasi. Hanya sebagai pemerhati yang hanya penuh minat tekun mendengarkan apa yang dikatakan oleh orang-orang yang hanyut dalam proses berdialog.

d. Teknik Rekam

Teknik ini hampir sama dengan teknik sadap, akan tetapi yang membedakan adalah dalam penggunaan alatnya. Teknik rekam menggunakan alat bantu berupa tape recorder atau alat yang serupa.

e. Teknik Catat

Teknik catat di sini dilakukan setelah teknik pertama, kedua dan keempat selesai digunakan. Teknik catat ini dapat menggunakan salah satu dari tiga macam transkripsi yang ada yaitu transkripsi ortografis dan fonemis atau fonetis.

2. Tahapan analisis percakapan

Pada tahapan analisis percakapan penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Dalam metode deskriptif ini peneliti senantiasa mendeskripsikan segala sesuatu yang peneliti temukan dalam tuturannya yang digunakan oleh SPG dan calon konsumen sebagai subjek yaitu campur kode yang digunakan dalam percakapan tersebut, serta faktor-faktor penyebab terjadinya campur kode di Mal Jogjatronik Yogyakarta.

3. Tahap Reduksi Data

Reduksi data yaitu hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus peneliti. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data-data yang direduksi. Memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencari sewaktu-waktu diperlukan.

4. Tahap penyajian hasil

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data merupakan analisis dalam bentuk *matrix network chart* atau grafis sehingga peneliti dapat menguasai data.

Tuturan yang terjadi antara *Sales Promotion Girl* (SPG) kepada konsumen bersifat alami, murni dan tidak sengaja dibuat-buat agar kelihatan pintar. Pencatatan dilakukan pada kartu data, nomor data dalam kartu data tersebut berdasarkan waktu dilaksanakannya penelitian, misalnya nomor data 1562801 merupakan data yang diambil pada tahun 2015 bulan Juni tanggal 28 dan nomor peristiwa tutur yang dimulai dengan angka 1 bukan huruf.

#### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Hasil kerja pengumpulan data kemudian dicatat dalam alat bantu penelitian yang berupa alat tulis. Hal ini untuk memungkinkan pekerjaan secara sistematis. Peneliti tidak melibatkan diri dalam percakapan antara calon konsumen dengan *Sales Promotion Girl* (SPG) di Mall Elektronik Jogjatronik Yogyakarta tetapi hanya memperhatikan tindak tutur antara *Sales Promotion Girl* (SPG) kepada calon konsumen agar dapat didokumentasikan.

#### **F. Keabsahan Data**

Keabsahan data merupakan tujuan untuk menyakinkan bahwa temuan-temuan dalam penelitian dapat di pertimbangkan. Pengecekan keabsahan data sangat diperlukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan di pertanggung jawabkan secara ilmiah. Pengecekan keabsahan data merupakan suatu langkah untuk mengurangi kesalahan dalam proses perolehan data penelitian yang tentunya akan berimbas terhadap hasil akhir dari suatu penelitian.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dibahas tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai bentuk campur kode yang berupa penyisipan kata, penyisipan frasa, dan pengulangan kata serta faktor penyebab campur kode yang meliputi maksud dan kehendak tutur, keterbatasan penguasaan kode, mitra tutur dan kebiasaan.

#### **A. Hasil Penelitian**

Berdasarkan data hasil penelitian tentang campur kode maka diperoleh hasil berupa bentuk dan faktor-faktor penyebab terjadinya campur kode dalam peristiwa tutur *Sales Promotion Girl* (SPG) dan konsumen di Mal Jogjatronik Yogyakarta. Bentuk campur kode yang terjadi dalam peristiwa tutur *Sales Promotion Girl* (SPG) dan konsumen di Mal Jogjatronik Yogyakarta dibedakan menjadi campur kode yang berupa penyisipan kata, penyisipan frasa, dan campur kode yang berupa pengulangan kata. Campur kode yang ditemukan tersebut berasal dari kode bahasa Indonesia dan bahasa Jawa serta bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Faktor yang menjadi terjadinya peristiwa campur kode dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan penguasaan kode
2. Maksud dan kehendak tutur
3. Kebiasaan

Bentuk campur kode dalam penelitian ini,disajikan dalam tabel 4 berikut:

**Tabel 3: Bentuk Campur Kode**

<b>NO</b>	<b>Bentuk Campur Kode</b>	<b>Bahasa yang digunakan</b>	<b>Contoh Data</b>
1.	Campur kode berupa penyisipan kata.	1. Bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris	62904, 62906, 70207, 70408, 70209, 70410, 70411, 70513, 70514, 70515
		2. Bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa serta bahasa Inggris	62803, 70516
2	Campur Kode Berupa Penyisipan Frase	1. Bahasa Indonesia dengan bahasa inggris 2. Bahasa Indonesia dan bahasa inggris serta bahasa Jawa	62801, 62905
3	Campur Kode berupa pengulangan kata	1. Bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris 2. Bahasa Indonesia, bahasa Inggris, bahasa Jawa	62802 70412

Dalam penelitian ini terdapat beberapa faktor penyebab terjadinya campur kode.Faktor penyebab itu antara lain seperti yang disajikan pada tabel 5:

**Tabel 4: Faktor Penyebab Campur Kode**

No	Faktor Penyebab Campur Kode	Contoh Data	Keterangan
1.	Maksud dan kehendak tutur	62801, 62904, 62905, 62906, 70207, 70408, 70209, 70410, 70411, 70513, 70514, 70515	Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata.
2.	Keterbatasan penguasaan kode	62802, 70412	Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menjelaskan secara detail tutu campurannya.
3.	Mitra tutur dan kebiasaan	62803, 70516	Pada peristiwa tutur tersebut terjadi peristiwa campur kode. Pada peristiwa campur kode tersebut terjadi karena penyesuaian bahasa mitra tutur.

## **B. Pembahasan**

Percakapan antara *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan konsumen di pusat perbelanjaan Jogjatronik merupakan peristiwa campur kode di mana terjadinya penegasan *Sales Promotion Girl* (SPG) menjelaskan produknya kepada calon konsumen dengan menggunakan bahasa tutur yang dinilai paham pada lawan tuturnya. Peristiwa campur kode tersebut terjadi karena adanya maksud dan kehendak tutur, keterbatasan penguasaan kode, mitra tutur dan kebiasaan.

Masyarakat tutur di Yogyakarta adalah masyarakat dwibahasawan, artinya menggunakan bahasa lebih dari satu antara lain, bahasa jawa, bahasa Indonesia, dan bahasa Inggris. Pada penggunaan bahasa jawa misalnya, *Sales Promotion Girl* (SPG) maupun calon konsumen yang kurang memahami tingkat tutur bahasa yang sering kali mencampurkan bahasa Indonesia dengan bahasa jawa ataupun bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris akan lebih komunikatif dan lebih paham yang dijelaskan *Sales Promotion Girl* (SPG) kepada calon konsumen. Dalam pemasaran *Sales Promotion Girl* (SPG) berperan penting dalam proses penjualan karena *Sales Promotion Girl* (SPG) memadukan dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan dan berkaitan untuk mengetahui kebutuhan konsumen sekaligus mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan, dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu. Proses pelaksanaan kegiatan usaha perdagangan dari produsen ke konsumen berupa barang dan jasa, yang di dalamnya mengandung *positioning, differentiation, dan brand*.

*Sales Promotion Girl (SPG)* sendiri mempunyai beberapa pilar yang mengandung di dalamnya. Beberapa ahli menyebutkan ada empat pilar yaitu *Product, Price, Place, dan Promotion*. Empat Pilar dalam *Sales Promotion Girl (SPG)* yaitu Pilar pertama *product* yang mempunyai beberapa komponen didalamnya antara lain hierarki pelanggan, dapat menjelaskan aneka produk, dapat mengemas dalam pengemasan produk, dapat menjelaskan spesifikasi produk kepada calon konsumen serta dapat menjelaskan pemberian garansi barang tersebut dan menyakinkan jaminan kepada calon konsumen. Kedua adalah *price* yang berarti hal-hal yang mencakup di dalamnya adalah istilah harga, tujuan penetapan harga, jangan sampai salah menetapkan harga, pandangan pelanggan pada harga, perhitungan biaya dengan harga, teknik praktis penetapan harga, dan jurus penetapan harga. Ketiga yaitu *Place* yang termasuk dalam *place* yaitu pemilihan lokasi yang strategis dan fasilitas pendukung. Keempat yaitu *promotion* unsur-unsur yang ada didalamnya adalah asal merek, pengertian merek, pencitraan merek, inovasi dan kreatif, iklan, konsisten, nama merek, kendala-kendala pemasaran, dan strategi merek.

### **1. Bentuk-Bentuk Campur Kode**

Dalam penelitian ini penggunaan campur kode yang berwujud penyisipan kata, frasa, dan pengulangan kata terdapat dalam percakapan antara *Sales Promotion Girl (SPG)* dengan calon konsumen. Bentuk-bentuk campur kode dalam peristiwa tutur *Sales Promotion Girl (SPG)* dan calon pembeli sebagai berikut:

### a. Campur kode yang berupa penyisipan kata

(1) Percakapan 1562904

Peserta Tuter : SPG dan Calon Konsumen

Konteks:

Percakapan di sebuah mal Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan sebuah Hp Asus kepada calon konsumen. Pada dialog tersebut pembeli menanyakan keunggulan dari Hp tersebut.

SPG	: Selamat sore kak, ada yang bisa dibantu?
Konsumen	: iya mba ini sedang cari Hp yang Asus mb...
SPG	: silahkan kak, mari... di lihat dulu kalau begitu, ini ada juga tipe yang lainnya, seperti Acer dan Samsung
Konsumen	: oh...iya iya mb trimakasih, saya akan melihat dulu semoga ada yang tertarik
SPG	: banyak modelnya kak, yang bisa untuk <i>selfie</i> dan untuk <i>game</i>
Konsumen	: yang merek Asus ini keunggulannya apa ya mb?
SPG	: kalau Asus yang seri ini keunggulannya di batery yang tidak boros, sama <i>performa</i> yang maksimal sehingga tidak mudah panas ketika digunakan, dan juga modelnya yang tipis dibandingkan dengan yang lainnya
Konsumen	: apa ada mb yang lebih bagus dari ini?
SPG	: untuk sementara ini Hp ini yang paling bagus kak
Konsumen	: oh ya... bentar ya mbak tak lihat-lihat dulu
SPG	: baik pak....
Konsumen	: sebelumnya bolehkah saya melihat spesifikasinya Hp ini untuk lebih jelasnya mba
SPG	: oh iya pak, silahkan ini spesifikasinya...
Konsumen	: trimakasih mba

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di Mal Jogjatronik Yogyakarta. Pada sebuah konter penjual handphone. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode yang terjadi ketika *Sales Promotion Girl* (SPG) ingin menjelaskan produk yang dijualnya dan menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran

kata. Hal tersebut terlihat pada tuturan “banyak modelnya kak, yang bisa untuk *selfie* dan untuk *game*”, “yang merk Asus ini keunggulannya apa ya mbak?” , “sebelumnya bolehkah saya melihat spesifikasinya Hp ini untuk lebih jelasnya mbak”

## (2) Percakapan 1562906

Peserta Tutar: SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mal Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. Konsumen bertanya kepada SPG mengenai stock barang Hp Iphone 6, tanpa ragu dan tanpa tanya banyak konsumen langsung tertarik dan membelinya.

SPG	: “Selamat siang....!” Selamat datang di <i>counter</i> kami Mari kak silahkan dilihat-lihat dahulu...
Konsumen	: Terimakasih
SPG	: Ada yang bisa saya bantu?
Konsumen	: Saya ingin beli <i>laptop</i>
SPG	: Ingin <i>laptop</i> yang buat <i>game</i> atau yang standar aja?
Konsumen	: yang standar aja mbak, tapi saya bingung yang bagus <i>merk</i> apa ya mbak?
SPG	: Begini mas kalau masalah bagus atau tidaknya itu relative mas, semua merk ada kelebihan dan kekurangannya.
Konsumen	: Oh begitu ya...
SPG	: Tetapi yang paling laris untuk sekarang merk HP mas
Konsumen	: Saya boleh lihat yang merk Hp itu mbak?
SPG	: Sebentar ya mas saya ambilkan barangnya dulu
Konsumen	: Iya mbak
SPG	: Ini mas silahkan dicoba dahulu
Konsumen	: Fasilitasnya apa aja ya mba
SPG	: Sudah ada <i>WIFI</i> , <i>Bluetooth</i> , memory 2GB, monitor 14 inci, dan masih banyak lagi
Konsumen	: Warnanya hanya hitam saja atau ada yang lainnya mbak?
SPG	: Kalau <i>laptop</i> Hp ini sebenarnya ada warna coklat, putih, merah, sama hitam, tapi saat ini yang <i>ready</i>

- tinggal warna hitam aja mas, yang warna lainnya kehabisan stock.
- Konsumen : Yah... soalnya saya suka yang warna putih mbak,  
SPG : Iya ini mas, mungkin ada yang putih tapi harus nunggu paling cepat sebulan mas, barangnya sudah datang lagi...
- Konsumen : Yaudah deh mbak yang warna hitam ini saja lah, daripada bingung nanti saya mau bikin tugas-tugas tapi ada diskon kan mbak...
- SPG : Maaf mas, tidak dapat *diskon* tapi kami memberikan bonus *mouse* dan pelindung *keyboard*
- Konsumen : Yahhh.... Yaudah deh mbak, tidak masalah  
SPG : Jadi ambil yang ini mas?  
Konsumen : Iya mbak ambil yang itu saja  
SPG : Kalau begitu sebentar ya mas saya ambilkan barangnya sekalian garansinya  
Konsumen : Iya mbak

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di Mall Elektronik Jogjatronik Yogyakarta. Pada sebuah konter penjual handphone. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode yang terjadi ketika *Sales Promotion Girl* (SPG) ingin menjelaskan produk yang dijualnya dan menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata. Hal tersebut terlihat pada tuturan “Ada kak, lagi *ready stock* nih...”, “lima belas juta kak kalau kakak beli hari ini *diskon* sepuluh persen jadi tiga belas juta lima ratus”, “ya sudah mbak saya beli asal dapat bonus *PowerBank* yang sepuluh ribu *MAH* ya”, “baik kak, akan saya beri bonusnya... tapi *cash* untuk pembayarannya...

### (3) Percakapan 1570207

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mal Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG mempersilahkan konsumen untuk mampir ke

counternya serta memberikan informasi tentang produk apa saja yang dijual. Konsumen akhirnya tertarik dan ingin membeli sebuah powerbank.

SPG : Selamat siang...  
 Mari silahkan mampir ke counter kami  
 Dilihat-lihat produk kami kak....

Konsumen : Mbak...

SPG : Iya mbak bisa dibantu

Konsumen : Coba mbak *powerbank* yang itu berapa harganya?  
 Dan berapa kapasitasnya?

SPG : Oh... kalau yang ini merknya Vivo mbak lumayan mahal kalau dibandingkan yang lainnya, masalahnya limabelasribu *mAh* dan terbilang lebih awet dibandingkan yang lainnya serta ada jaminan garansi selama enam bulan.

Konsumen : Berapa mbak harganya?

SPG : Oh iya... kalau harganya limaratusribu mbak

Konsumen : Iya mbak saya yang itu ajalah tapi yang warna putih ya.

SPG : Baiklah mbak, sebentar ya mbak saya ambilkan barangnya.

Konsumen : Ok mbak

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di mal Jogjatronik Yogyakarta. Pada sebuah konter penjual handphone. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode yang terjadi ketika *Sales Promotion Girl* (SPG) ingin menjelaskan produk yang dijualnya dan menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata. Hal tersebut terlihat pada tuturan “Selamat siang. Mari silahkan mampir ke counter kami, dilihat-lihat produk kami kak...”, “coba mbak *powerbank* yang itu berapa harganya? Dan berapa kapasitasnya?”, “oh... kalau yang ini merknya Vivo mbak lumayan mahal kalau dibandingkan yang lainnya, masalahnya limabelasribu *mAh* dan terbilang lebih awet dibandingkan yang lainnya serta ada jaminan garansi selama enam bulan”

## (4) Percakapan 1570408

Peserta T tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mal Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan konsumen. Calon konsumen mencari sebuah router, SPG memberikan penjelasan tentang produknya dan keunggulannya diselingi dengan candaan, akhirnya konsumen tidak jadi membeli, masalahnya sinyal di daerahnya yang tidak mendukung.

Konsumen	: Mbak ada <i>router</i> ?
SPG	: Iya mbaK ada, mau yang merk apa?
Konsumen	: Yang apa aja deh mb, yang penting bagus dan tidak boros baterynya
SPG	: Kalau gitu smartfren aja ya mbak, keunggulannya router ini bisa digunakan untuk maksimal lima pengguna, ini juga bisa dibawa kemana-mana bentuknya yang simpel seperti handphone, tidak perlu memakai antena ini itu...hehehe
Konsumen	: Ok deh, tapi itu gag bisa diganti kartu lain ya?
SPG	: Maaf mbak kalau untuk yang ini tidak bisa diganti kartu lain
Konsumen	: Tapi saya masih ragu dikawasan rumah saya ada sinyal atau tidak
SPG	: Oh iya mbak, kekurangannya hanya itu tapi kalau untuk smartfren udah bisa digunakan sampai desa kok mbak, tapi Cuma tertentu aja sinyal kadang ada kadang tidak, kalau dikawasan DIY sudah menjangkau kok mbak.
Konsumen	: Gini aja mbaK, besuk kalau jadi saya kembali lagi kesini, saya tanya sama temen saya yang pakai smartfren dan saya pinjem untuk mengecek signalnya bagus atau tidak di kawasan rumah saya.
SPG	: Oke mbak kalau begitu, kami tunggu kedatangannya kembali
Konsumen	: baik mba terimakasih informasinya
SPG	: oke sama-sama

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di mal Jogjatronik Yogyakarta. Pada sebuah konter penjual handphone. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode yang terjadi ketika *Sales Promotion Girl* (SPG) ingin menjelaskan produk yang dijualnya dan

menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata. Hal tersebut terlihat pada tuturan “mbak ada *router*?”, “iya mbak ada, mau yang merk apa?”, “yang apa aja deh mbak, yang penting bagus dan tidak boros baterainya”, “kalau gitu smartfren aja ya mbak, keunggulannya *router* ini bisa digunakan untuk maksimal lima pengguna, ini juga bisa dibawa kemana-mana bentuknya yang simple seperti *handphone*, tidak perlu memakai antena ini itu...hehehe”, “tapi saya masih ragu dikawasan rumah saya ada signal atau tidak”, “gini aja mbak, besok kalau jadi saya kembali lagi kesini, saya Tanya sama temen saya yang pakai smartfren dan saya pinjem untuk mengecek signalnya bagus atau tidak di kawasan rumah saya”

#### (5) Percakapan 1570209

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan waterheater yang dijualnya kepada calon pembeli dan akhirnya calon pembeli tertarik dan bertanya kepada SPG lalu SPG menjelaskan tentang keunggulan dari produknya tersebut, tetapi calon pembeli ragu dan akhirnya memberikan alasan dan tidak jadi membelinya.

SPG : Mari.....mari kak *waterheaternya* dengan sistem terbaru dan standar Amerika.... Mari mampir tanya boleh kok....

Konsumen : Iya mbak mau tanya tentang *water heaternya*.

SPG : Iya pak mari silahkan...

Konsumen : Keunggulannya apa aja ya mbak? Kalau nanti cocok saya beli, soalnya yang dirumah juga sudah rusak.

SPG : Oh iya pak, keunggulannya hemat listrik hingga tigapuluhpersen lho pak, serta onderdilnya kalau ada kerusakan bisa langsung diganti tanpa harus inden, tinggal bawa ke *outlet* kami saja karena kami *outlet* kami sudah ada di seluruh kota di Indonesia, juga ada garansi mesin pak selama dua tahun.

- Bagaimana pak? Tertarik dengan *produk* kami?  
 Kalau bapak tertarik dan ambil sekarang bapak akan mendapatkan potongan harga serta dapat *bonus-bonus* dari kami.
- Konsumen : Bentar ya mbak saya tanya istri saya dulu, nanti saya kembali kalau istri saya cocok
- SPG : Baik bapak, tapi *promo* dan *bonusnya* cuma sampai besok lho pak, karena *eventnya* sudah selesai, baik pak kami tunggu kedatangannya kembali. Terimakasih sudah mampir ke *stand* kami.

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di mal Jogjatronik Yogyakarta. Pada sebuah konter penjual handphone. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode yang terjadi ketika *Sales Promotion Girl* (SPG) ingin menjelaskan produk yang dijualnya dan menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata. Hal tersebut terlihat pada tuturan “Mari.....mari kak *water heaternya* dengan *sistem* terbaru dan standar Amerika... Mari mampir Tanya boleh kok....”, “iya mbak mau tanya tentang *water heaternya*”, “Oh iya pak, keunggulannya hemat listrik hingga tigapuluhpersen lho pak, serta onderdilnya kalau ada kerusakan bisa langsung diganti tanpa harus *inden*, tinggal bawa ke *outlet* kami saja karena kami *outlet* kami sudah ada di seluruh kota di Indonesia, juga ada garansi mesin pak selama duatahun. Bagaimana pak? Tertarik dengan produk kami? Kalau bapak tertarik dan ambil sekarang bapak akan mendapatkan potongan harga serta dapat *bonus-bonus* dari kami”, “baik bapak, tapi *promo* dan *bonusnya* cuma sampai besok lho pak, karena *eventnya* sudah selesai, baik pak kami tunggu kedatangannya kembali. Terimakasih sudah mampir ke *stand* kami”.

## (6) Percakapan 1570410

Peserta Tuter : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan produknya dan calon konsumen tertarik untuk bertanya, dan pada akhirnya calon konsumen tidak jadi membelinya.

SPG : silahkan mampir ke *stand* kami, ada ac Panasonic seri alowa dengan sistem yang terbaru mari silahkan

Konsumen : itu Panasonic alowa keunggulannya apa ya mb? dibanding dengan AC yang lain?

SPG : oh iya bu, AC ini punya beberapa kelebihan yang dapat memberikan kenyamanan serta ketenangan pemilikinya, ramah lingkungan juga bu, karena menggunakan sistem Nano-G dan Econavi dengan daya listrik tigaratusduapuluh *watt* yang tentunya bisa menghemat listrik, serta AC ini menggunakan sensor deteksi yang mampu mendeteksi aktivitas ruangan dalam keadaan kosong atau mendeteksi aktifitas pengguna. Teknologi nano-G pada AC ini berfungsi membersihkan udara dari *virus* dan bakteri. Bagaimana bu dengan penjelasannya? Mungkin ibu tertarik?

Konsumen : kelihatannya *smart* juga ya ini AC

SPG : iya bu dicoba saja, ganti AC yang lama dengan yang ini, hehe

Konsumen : iya mba tunggu awal bulan pas gajian ya mba

SPG : baik ibu saya tunggu kedatangannya di toko kami, karena kami besuk *event* nya sudah selesai, jadi ibu kalau nanti tertarik bisa datang ke toko kami yang beralamat di jalan gejayan. Trimakasih ibu sudah mau bertanya dan mampir di *stand* kami.

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di mal Jogjatronik Yogyakarta. Pada sebuah konter penjual handphone. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode yang terjadi ketika *Sales Promotion Girl* (SPG) ingin menjelaskan produk yang dijualnya dan menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran

kata. Hal tersebut terlihat pada tuturan “silahkan mampir ke *stand* kami, ada ac Panasonic seri alowa dengan sistem yang terbaru mari silahkan”, “oh iya bu, AC ini punya beberapa kelebihan yang dapat memberikan kenyamanan serta ketenangan pemiliknya, ramah lingkungan juga bu, karena menggunakan sistem Nano-G dan Econavi dengan daya listrik tigaratusduapuluh watt yang tentunya bisa menghemat listrik, serta AC ini menggunakan *sensor deteksi* yang mampu mendeteksi aktivitas ruangan dalam keadaan kosong atau mendeteksi aktifitas pengguna. *Tekhnologi* nano-G pada AC ini berfungsi membersihkan udara dari *virus* dan bakteri. Bagaimana bu dengan penjelasannya?Mungkin ibu tertarik?”, “kelihatannya *smart* juga ya ini AC”, “baik ibu saya tunggu kedatangannya di toko kami, karena kami besok *eventnya* sudah selesai, jadi ibu kalau nanti tertarik bisa datang ke toko kami yang beralamat di jalan gejayan. Terimakasih ibu sudah mau bertanya dan mampir *distand* kami”

(7) Percakapan 1570411

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG tidak memberikan informasi lagi karena sudah permintaan pelanggan dan dalam percakapan tersebut terjadi tawar menawar.

SPG	: mari silahkan bisa dibantu?
Konsumen	: ada <i>tablet</i> Samsung galaxy tab 2 mba?
SPG	: ada tapi 2 <sup>nd</sup> gag ada yang baru sekarang, gimana?
Konsumen	: tidak apa-apa mba yang penting galaxy tab2, aku suka <i>memorynya</i> yang besar soalnya.
SPG	: bentar ya mba saya ambilkan dahulu, soalnya di <i>counter</i> bawah
Konsumen	: iya mba, tapi berapa ya harganya?
SPG	: satusetengahjuta mba

Konsumen : satukomatiga aja ya mba hehe  
 SPG : yasudah deh gak apa-apa mba...

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di mall elektronik jogjatronik Yogyakarta. Pada sebuah konter penjual handphone .Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode yang terjadi ketika *Sales Promotion Girl* (SPG) ingin menjelaskan produk yang dijualnya dan menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata. Hal tersebut terlihat pada tuturan “ada *tablet* Samsung galaxy tab 2 mba?”, “tidak apa-apa mba yang penting galaxy tab2, aku suka *memorynya* yang besar soalnya”, “bentar ya mba saya ambilkan dahulu, soalnya di *counter* bawah”

(8) Percakapan 1570513

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan barang dagangannya, tetapi pelanggan kecewa dengan barang yang dipromokan yang sudah tidak tren lagi, tapi SPG meyakinkan pelanggan dan akhirnya tidak jadi beli.

SPG : mari kak dilihat *softcasenya* lagi *promo* beli satu dapat dua khusus hari ini  
 Konsumen : oh iyaa...berapaan mba?  
 SPG : tigapuluhlima ribuan kak  
 Konsumen : tapi kok modelnya lama ya mba? Gag model yang jaman sekarang gitu lhoo  
 SPG : ada juga kok yang model terbarunya kak, mau saya bantu ambilkan?  
 Konsumen : besuk-besuk saja mba kalau dah bosan dengan yang ini  
 SPG : mumpung diskon lho kak hari ini  
 Konsumen : maaf mba gag jadi aja  
 SPG : trimakasih kak.

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di mall elektronik jogjatronik Yogyakarta. Pada sebuah konter penjual handphone. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode yang terjadi ketika *Sales Promotion Girl* (SPG) ingin menjelaskan produk yang dijualnya dan menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata. Hal tersebut terlihat pada tuturan “mari kak dilihat *softcasenya* lagi *promo* beli satu dapat dua khusus hari ini”.

(9) Percakapan 1570514

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. Konsumen yang akan mencari Hp android tetapi dengan harga yang relative murah dengan fitur terbaik, lalu SPG memberikan rekomendasi yang cocok untuk konsumen.

SPG	: mari mba, silahkan lihat-lihat dulu mba. Mau cari Hp yang merk apa mba?
Konsumen	: ya mba... saya mau cari Hp yang android yang bisa bbman dan wa an gitu mb tapi budged saya hanya satujutaan.
SPG	: ada kok, mau yang merk apa mb?
Konsumen	: kalau ada sih yang merk Samsung tapi dengan harga yang itu tadi hehe
SPG	: ada mba ini ada Samsung galaxy v harganya satukomaduajuta mba, <i>fiturnya</i> juga sudah lengkap kok
Konsumen	: OH...YA... aku ambil deh mba yang itu aja mba

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di mall elektronik jogjatronik Yogyakarta. Pada sebuah konter penjual handphone. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode yang terjadi ketika *Sales Promotion Girl* (SPG) ingin menjelaskan produk

yang dijualnya dan menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata. Hal tersebut terlihat pada tuturan “mari mba, silahkan lihat-lihat dulu mba. Mau cari Hp yang merk apa mbak?”, “ya mbak... saya mau cari Hp yang android yang bisa bbman dan wa an gitu mb tapi budged saya hanya satujutaan”, “ada kok, mau yang *merk* apa mbak?”, “kalau ada sih yang merk Samsung tapi dengan harga yang itu tadi hehe”, “ada mba ini ada Samsung galaxy V harganya satukomaduajuta mbak, *fiturnya* juga sudah lengkap kok”

(10) Percakapan 1570515

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG mencoba menawarkan barang dagangannya dan konsumen hanya sekedar bertanya, tetapi SPG mencoba menyakinkan untuk membelinya.

SPG	: mari silahkan mampir ada hp <i>bonus powerbank</i> , mari silahkan dilihatdulu.
Konsumen	: Hp apa kak merknya?
SPG	: ini kak vivo
Konsumen	: harganya berapa ya kak?
SPG	: duajutaan kak
Konsumen	: vivo <i>made in</i> mana ya kak?
SPG	: ini dari cina tapi kualitas bagus kak
Konsumen	: bonusnya <i>powerbank</i> yang berapa <i>mAh</i> ya kak
SPG	: limaribu <i>mAh</i> kak...ini hp nya bisa dicoba-coba kak, moga aja tertarikingin beli
Konsumen	: sepertinya jangan sekarang kak, lagi bokek...
SPG	: bisa <i>kredit</i> juga kok kak, hanya dengan kartu mahasiswa aja syaratnya
Konsumen	: gag lah kak, maaf ya kak
SPG	: baiklah trimakasih kak atas kunjungannya...

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di mall elektronik jogjatronik Yogyakarta. Pada sebuah

konter penjual handphone. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode yang terjadi ketika *Sales Promotion Girl* (SPG) ingin menjelaskan produk yang dijualnya dan menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata. Hal tersebut terlihat pada tuturan “mari silahkan mampir ada hp *bonus powerbank*, mari silahkan dilihat dulu”, “Hp apa kak merknya?”, “vivo *made in* mana ya kak?”, “ini dari cina tapi kualitas bagus kak”, “bonusnya *powerbank* yang berapa *mAh* ya kak”, “bisa kredit juga kok kak, hanya dengan kartu mahasiswa aja syaratnya”

(11) Percakapan 70516

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah Mall Elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen.

SPG	: Mari Silahkan HP Smartphonenya?
Konsumen	: Mari anda <i>HP</i> merk Samsung?
SPG	: Yang seri apa mbak?
Konsumen	: Samsung GT-E 1195.
SPG	: Wah... sudah nggak ada mbak? Yang ini aja mbak model terbaru yang hape smart phone merk Oppo atau Azus, ini bisa dicoba silahkan mbak?
Konsumen	: yang ini harganya berapa?
SPG	: Murah kok mbak Cuma 1 jutaan mumpung <i>promo</i> .
Konsumen	: Fasilitasnya apa mbak?
SPG	: O...spesifikasinya ya mbak. Android 442 Kitkat dualcore Quad core. Gratis <i>service</i> antar jemput.
Konsumen	: Mbak...itu kalau di <i>charger</i> baterainya bisa bertahan berapa lama?
SPG	: Itu buat BBMan dan Sosial Media bisa bertahan 4 jam, tapi untuk main <i>game</i> 2 sampai 3 jam.
Konsumen	: Bisa kredit tidak mbak?
SPG	: Maaf kalau ini tidak bisa kredit tapi <i>cash</i> .
Konsumen	: Untuk awalannya perlu dicharger berapa lama mbak?
SPG	: Ini HP Smartphone terbaru kalau masalah <i>ngechas</i> tidak masalah.

Konsumen : Oke mbak makasih saya ngambil yang ini.  
 SPG : Oke mbak. Terimakasih kembali.

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di Mall Elektronik Jogjatronik Yogyakarta. Pada sebuah konter penjual handphone. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode yang terjadi ketika *Sales Promotion Girl* (SPG) ingin menjelaskan produk yang dijualnya dan menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata. Hal tersebut terlihat pada tuturan “Mari Silahkan HP *Smartphonenya?*”, “Mari anda HP merk Samsung?”, ” Yang seri apa mbak?”, “Wah... sudah nggak ada mbak? Yang ini aja mbak model terbaru yang hape smartphone merk Oppo atau Azus, ini bisa dicoba silahkan mbak?”, “Murah kok mbak Cuma 1 jutaan mumpung *promo*”, “O...spesifikasinya ya mbak. Android 442 Kitkat dualcore Quad core. Gratis *service* antar jemput”, “Mbak...itu kalau di *charger* baterainya bisa bertahan berapa lama?”, “Untuk awalnya perlu *dicharger* berapa lama mbak?”

Pada bahasa Indonesia kata-kata campur kode di atas memiliki arti masing-masing antara lain kata *selfie* (suatu kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan kamera depan HP untuk melakukan foto-foto, biasanya dilakukan anak-anak atau orang dewasa, tapi kebanyakan yang melakukan wanita ABG), *game*(suatu program yang dirancang untuk permainan di dalam HP dengan tujuan agar tidak bosan dengan HP pribadinya), *battery* (alat untuk menyimpan atau membangkitkan arus listrik), *performa* (hal yang dilakukan suatu alat tertentu untuk memberikan kenyamanan kepada pemakai, biasanya hal ini bisa

memberikan mutu yang baik ketika alat tersebut rajin dibersihkan ataupun diservis), *maksimal* (memperoleh hasil yang terbaik), *spesifikasi* (suatu proses atau cara untuk melakukan pemilihan perincian), *counter* (tempat yang berukuran kecil atau sedang, yang biasanya dibuat untuk berjualan HP dan sejenisnya, yang berada di mall atau pusat-pusat perbelanjaan), *laptop* (komputer kecil yang bisa dibawa kemana-mana yang ditempatkan pada pangkuan pengguna), *merk* (tanda yang dikenakan oleh pengusaha sebagai suatu tanda pengenal suatu perusahaan tertentu), *standart* (ukuran sesuatu yang dipakai sebagai patokan), *relative* (tidak mutlak), *WIFI* (sebuah media penghantar komunikasi data tanpa kabel yang bisa digunakan untuk komunikasi atau mentranfer data dan program dengan kemampuan yang sangat cepat Wifi merupakan kependekan dari *Wireless Fidelity*), *Bluetooth* (yang mempunyai arti spesifikasi industry untuk jaringan kawasan pribadi juga personal tanpa kabel yang berfungsi untuk menukar informasi di antara peralatan elektronik), *memory* (suatu alat yang menyimpan dapat menyimpan data pada sebuah komputer, laptop, atau HP), *2GB* (ukuran memori dengan satuan GigaByte), *14 inch* (ukuran sebuah monitor dengan menggunakan satuan inci), *ready* (yang berarti siap, tapi dalam percakapan tersebut berarti barang yang sudah siap dijual pada pembeli), *stock* (suatu persediaan barang dagangan perusahaan tertentu), *diskon* (potongan harga, biasanya dilakukan oleh toko-toko yang besar atau diberikan pada hari-hari tertentu), *bonus* (tambahan barang yang diberikan cuma-cuma oleh penjual kepada pembeli), *mouse* (sebuah alat yang berfungsi untuk mengoperasikan komputer), *keyboard* (sebuah alat yang berfungsi untuk mengetik di komputer)

yang terdiri dari tombol-tombol huruf dan angka serta tanda baca), *powerbank* (sebuah alat kecil yang mudah dibawa kemana-mana yang berfungsi untuk menambah daya pada baterai gadget yang sudah mulai melemah, dimana kita berada dalam posisi jauh stopkontak), *mAh* (memberitahukan kepada kita seberapa banyak arus listrik yang dikeluarkan selama satu jam mAh yang memiliki arti M:milli, A:ampere, H:hour), *router* (sebuah alat yang berfungsi untuk memberikan sinyal wifi kepada sebagian teman yang mau menggunakan wifi tersebut, biasanya router ini diterbitkan oleh provider tertentu), *signal* (sebuah jaringan yang berfungsi untuk memberikan hubungan pada perangkat HP ke internet, sinyal ada beberapa macam yaitu GPRS, EDGE, 3G, HSDPA), *simple* (yang mempunyai berarti mudah), *waterheater* (sebuah alat yang berfungsi untuk memanaskan air, biasanya digunakan untuk di kamar mandi dilengkapi dengan shower), *inden* (pembelian barang dengan cara memesan dan dibayar terlebih dahulu dikarenakan barang yang habis stocknya), *outlet* (tempat yang berukuran sedang atau besar, yang biasanya dibuat untuk berjualan Hp dan sejenisnya, biasanya tempatnya berada di pinggir jalan raya, atau di kawasan ruko-ruko), *event* (sebuah acara yang diselenggarakan oleh EO atau sejenisnya), *stand* (tempat berukuran kecil yang tempatnya biasanya di dalam suatu event atau acara tertentu), *AC* (sebuah alat pendingin yang diukur dengan satuan PK. AC sendiri merupakan kepanjangan dari Air Conditioner), *system* (perangkat yang mempunyai unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas), *watt* (satuan tenaga listrik yang diperlukan arus dari satu ampere dan tegangan satu volt), *sensor* (elemen yang mengubah sinyal fisik menjadi sinyal

elektronik yang dibutuhkan AC atau alat elektronik lainnya yang dilengkapi dengan sensor), *teknologi* (metode ilmiah yang berfungsi untuk mencapai tujuan praktis), *smart* (yang mempunyai arti Pintar), *tablet* (tablet disini yang bermaksud sebuah alat elektronik yang bentuknya dan fungsinya sama seperti Hp tapi hanya layarnya yang lebih besar), *memory* (suatu alat yang dapat menyimpan data pada sebuah komputer, laptop atau Hp), *softcase* (sebuah alat yang bisa untuk melindungi Hp dari goresan atau benturan-benturan), *promo* (barang yang biasanya dijual banting harga, karena barang yang sudah tidak model lagi), *diskon* (potongan harga, biasanya dilakukan oleh toko-toko yang besar atau diberikan pada hari-hari tertentu), *budget* (yang dimaksud budget disini uang yang pas-pasan), *fitur* (fungsi atau kemampuan khusus yang ada pada sebuah alat), *powerbank* (sebuah alat kecil yang mudah dibawa kemana-mana yang berfungsi untuk menambah daya pada baterai gadget yang sudah mulai melemah, di mana kita berada dalam posisi jauh stopkontak listrik), *made in* (sesuatu yang telah dibuat, biasanya digunakan pada produk dari Negara asal), *kredit* (pembayaran secara tidak tunai, yang cara pengembaliannya dengan cara mengangsur), *charger* (ungkapan untuk mengisi daya baterai gadget yang sudah habis). *Sales Promotion Girl* (SPG) menjelaskan kepada konsumen dengan menggunakan campur kode bahasa Indonesia-Inggris merupakan gaya berbahasa sehari-hari di antara sesama *Sales Promotion Girl* (SPG) di lingkungan kerja. Penggunaan campur kode tersebut didorong keterpaksaan. Karena kata seperti *selfie*, *game*, *performa*, *spesifikasi*, *counter*, *laptop*, *standart*, *relative*, *WIFI*, *Bluetooth*, *memory*, *2GB*, *14 inch*, *ready*, *stock*, *mouse*, *keyboard*, *powerbank*, *mAh*, *router*,

*inden, outlet, event, stand, AC, sistem, watt, sensor, teknologi, smart, memory, softcase, promo, fitur, powerbank, made, kredit, charger* seakan-akan tidak ada padanannya dalam bahasa Indonesia.

Keterbatasan penguasaan kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris di kalangan *Sales Promotion Girl* (SPG) cukup banyak ditemukan dalam peristiwa tutur antara *Sales Promotion Girl* (SPG) kepada konsumen khususnya di lingkup Mal Jogjatronik Yogyakarta. Tuturan tersebut dapat dilihat dengan masuknya kode bahasa Inggris pada percakapan berbahasa Indonesia antara *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan konsumen. Kata *selfie, game, performa, spesifikasi, counter, laptop, standart, relative, WIFI, Bluetooth, memory, 2GB, 14 inch, ready, stock, mouse, keyboard, powerbank, mAh, router, inden, outlet, event, stand, AC, sistem, watt, sensor, teknologi, smart, memory, softcase, promo, fitur, powerbank, made, kredit, charger* merupakan kode yang sering diucapkan *Sales Promotion Girl* (SPG) ketika menjelaskan produknya. Karena kata tersebut mengacu pada prinsip berbahasa yang singkat, jelas dan tidak berdwimakna, walupun *Sales Promotion Girl* (SPG) itu tidak menyadarinya. Bahasa kode tersebut terjadi karena bahasa asal teknologi gadget, yang bila dipadankan ke dalam bahasa Indonesia dapat menjadi frasa atau kalimat yang panjang, kurang jelas dan mungkin bermaksud ganda.

Pada peristiwa tutur lain juga ditemukan peristiwa campur kode bahasa Indonesia, bahasa Inggris dan kode bahasa Jawa pada tuturan pembeli:

(12) Percakapan 1562803

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan sebuah Laptop kepada calon konsumen pada dialog tersebut terjadi tawar menawar harga yang cukup sengit, dan pada akhirnya konsumen setuju dengan penawaran yang ditawarkan SPG.

SPG : Selamat datang kak, ada yang bisa saya bantu?

Konsumen: Begini mbak, saya sedang mencari *laptop*, tapi yang merk nya AcerAspire

SPG : Untuk merk Acer Aspire di sini ada tiga pilihan yaitu Acer Aspire E3, E5, dan V5

Konsumen: Yang Acer Aspire V5, harganya berapaan mbak?

SPG : Untuk harga laptop yang itu kebetulan spesifikasinya lebih tinggi dibandingkan dengan laptop seri yang lainnya, dan harganya pun diatas yang lainnya mas sekitar empatjutaan lebih sedikit

Konsumen: Pasnya aja berapa mbak, jangan ada kelebihannya lebih bagus mbak

SPG : Pasnya empat juta sembilanratus mas...

Konsumen: *Wah...larang banget je....* Bisa dikurangin dikit lagi mb empat setengah gituu

SPG : *waaahhh...mboten saged mas*, Maaf *nggeh* mas kalau yang V5 harganya segitu, tapi kalau mau yang harga empat setengah dapat yang E5 nya mas...

Konsumen: Wahh tapi saya maunya yang V5 ini mbak

SPG : maaf pak tidak bisa,

Konsumen: Bagaimana kalau empat juta tujuh ratus mb...

SPG : Bentar ya pak...

Konsumen: Ya mbak...

SPG : Baiklah pak tidak apa-apa , saya ambilkan dulu barangnya...

Konsumen: Baik mbak terimakasih...

Percakapan di sebuah Mal Jogjatronik Yogyakarta yang melibatkan calon konsumen pada dialog tersebut terjadi tawar menawar harga yang cukup sengit,

dan pada akhirnya konsumen setuju dengan penawaran yang ditawarkan *Sales Promotion Girl* (SPG). Peristiwa campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris terjadi pada percakapan di atas, yaitu pada tuturan: “Begini mbak, saya sedang mencari *laptop*, tapi yang merk nya AcerAspire”, “Untuk harga laptop yang itu kebetulan spesifikasinya lebih tinggi dibandingkan dengan laptop seri yang lainnya, dan harganya pun diatas yang lainnya mas sekitar empatjutaan lebih sedikit” kata *laptop* (komputer kecil yang bisa dibawa kemana-mana yang ditempatkan pada pangkuan pengguna), *merk* (tanda yang dikenakan oleh pengusaha sebagai suatu tanda pengenal suatu perusahaan tertentu), *spesifikasi* (suatu proses atau cara untuk melakukan pemilihan perincian) yang ada dalam kurung adalah arti dalam bahasa Indonesia. Hal tersebut bisa saja terjadi karena pembeli berbahasa Indonesia tetapi *Sales Promotion Girl* (SPG) menjelaskan dengan menggunakan bahasa Indonesia akan tetapi dipadankan dengan bahasa Inggris karena kata “*laptop*” adalah kata tersebut mengacu pada prinsip berbahasa yang singkat, jelas, dan tidak berdwimakna, walaupun *Sales Promotion Girl* (SPG) itu tidak menyadarinya. Peristiwa campur kode Bahasa Indonesia dengan Bahasa Inggris dan diselingi dengan bahasa Jawa terjadi pada percakapan di atas, yaitu pada tuturan: “*Wah...larang banget je....* Bisa dikurangin dikit lagi mbak empat setengah gitu”, “*waaahhh...mboten saged mas, Maaf nggeh mas* kalau yang V5 harganya segitu, tapi kalau mau yang harga empat setengah dapat yang E5 nya mas...” pada peristiwa tersebut konsumen menawar dengan menyisipkan campur kode bahasa jawa “*wah...larang banget je...*” yang mempunyai arti “wah...mahal banget je...” kata “je” yang berarti ungkapan rasa kecewa terhadap

*Sales Promotion Girl* (SPG) begitupun sebaliknya *Sales Promotion Girl* (SPG) menjelaskan kepada konsumen dengan menggunakan bahasa jawa “waaaahhh...mboten saged mas” yang berarti waaahhhh...tidak bisa mas” dalam bahasa Indonesia.

### **b. Campur Kode Yang Berupa Penyisipan Frase**

(13) Percakapan 1562801

Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan sebuah Hp kepada calon konsumen.

SPG	: Siang mas...mbak...maaf mengganggu
Konsumen	: Selamat siang juga mbak
SPG	: Bisa dilihat mas...mbak...produk-produkterbaru ponsel kami
Konsumen	: Boleh
SPG	: Ini salah satu ponsel andalan kami yang patut dicoba, bapak akan merasakan kecanggihan dari ponsel ini antara lain bapak bisa melakukan chatting via skype dan <b>bisa video call juga</b> , dengan kamera depan 3MP dan kamera belakang 8MP dan ada beberapa keuntungan lainnya misalnya sebagian dari pekerjaan bapak dapat terselesaikan dengan udah, bisa bermain game dan mendapatkan informasi berita lengkap dengan kecepatan internet yang luar biasa.
Konsumen	: Apakah begitu?
SPG	: Ya pak, kami akan memberikan harga yang terjangkau dengan berbagai program dan aplikasi yang sangat mendunia.

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh *Sales Promotion Girl* (SPG) dan calon konsumen yang terjadi di Mall Elektronik Jogjatronik Yogyakarta. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode, yaitu pada tuturan *Sales Promotion Girl* (SPG) yang tanpa sengaja

mencampurkan kode bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. hal tersebut terlihat pada penggalan tuturan *Sales Promotion Girl (SPG)* “....bisa *videocall* juga...” saat menjelaskan kepada calon konsumen tentang kelebihan produk HP yang *Sales Promotion Girl (SPG)* jual. Dikatakan ke dalam proses penyisipan berwujud frasa karena yang disisipkan merupakan kelompok kata yang terdiri dari dua kata.

Pada peristiwa tutur lain juga ditemukan peristiwa campur kode bahasa Indonesia dan kode bahasa Inggris pada tuturan *Sales Promotion Girl (SPG)* pada tataran frasa:

(14) Percakapan 1562905

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. Konsumen bertanya kepada SPG mengenai stock barang Hp Iphone 9, tanpa ragu dan tanpa Tanya banyak konsumen langsung tertarik dan membelinya.

Konsumen	: maaf mba mau Tanya
SPG	: iya kak bisa dibantu
Konsumen	: ada Hp iphone 6?
SPG	: ada kak, <b>lagi ready stock nih...</b>
Konsumen	: berapa harganya mba?
SPG	: lima belas juta kak kalau kakak beli hari ini diskon sepuluh persen jadi tigabelasjutralimaratus
konsumen	: ya sudah mbak saya beli asal dapat <i>bonus</i> PowerBank yang sepuluhribu <i>mAh</i> ya
SPG	: baik kak, akan saya beri <i>bonusnya.... tapi cash untuk pembayarannya...</i>
Konsumen	: oke baik, trimakasih
SPG	: Iya, sama-sama

Percakapan di atas merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh *Sales Promotion Girl (SPG)* dan calon konsumen di Mal Jogjatronik. Peristiwa tutur tersebut mengalami peristiwa campur kode, yaitu pada tuturan *Sales Promotion*

*Girl* (SPG) yang tanpa sengaja mencampurkan kode bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Hal tersebut terlihat pada tuturan “....lagi *ready stock* nih....” Dan “.....tapi *cash* untuk pembayarannya...” campur kode yang terdapat dalam penggalan percakapan tersebut yaitu berbentuk frase, dikatakan ke dalam proses penyisipan berwujud frasa karena yang disisipkan merupakan kelompok kata yang terdiri dari dua kata.

### c. Campur kode yang berupa pengulangan kata

(15) Percakapan 1570412

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. Seorang pelanggan yang mencari HP untuk anaknya yang direkomendasikan sama SPG tetapi bapaknya tidak tertarik dengan harganya pada akhirnya beli yang harga standar.

SPG	: Mari...silahkan...mampir ke counter kami, mari...
Konsumen	:Mbak, ada Hp yang kameranya bagus? Untuk anak saya, dia suka selfie katanya
SPG	: Oh iya pak saya merekomendasikan anak bapak dikasih yang merk oppo saja pak, soalnya kalau buat selfie sudah bagus dengan kamera depan 3MP dan belakang 8MP serta sudah bisa buat <b>game-game</b> yang saat ini lagi booming pak.
Konsumen	: Berapa mbak harganya? Jangan mahal-mahal ya mbak hehe
SPG	: Duakomatigajuta pak
Konsumen	: Wah.... mahal ya mbak, mbok yang sejutaan wae lah mbakbuat anak-anak ben ra nangis we...
SPG	: Kalau begitu oppo yang tipe lainnya saja ya pak, yang harganya sejutaan
Konsumen	: Pas e piro mbak?
SPG	: Satukomatiga pak
Konsumen	: Iya sudah mbak yang itu aja
SPG	: Baik pak, mohon ditunggu saya ambilkan barangnya.

Percakapan di atas merupakan percakapan yang dilakukan *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan calon konsumen di Mall Elektronik Jogjatronik dimana *Sales Promotion Girl* (SPG) menawarkan produk elektronik yaitu Hp untuk anaknya yang direkomendasikan sama *Sales Promotion Girl* (SPG) tetapi bapaknya tidak tertarik dengan harganya pada akhirnya beli yang standar. Terdapat perulangan kata yaitu “.....bisa buat **game-game** yang saat ini.....” yang berarti dalam bahasa Indonesia “suatu program yang dirancang untuk permainan di dalam Handphone dengan tujuan agar tidak bosan dengan Handphone”.

## 2. Faktor-faktor Terjadinya Campur Kode

### a. Maksud dan kehendak tutur

Pada faktor maksud dan kehendak tutur disini bertujuan untuk menegaskan suatu tuturan terdapat pula menyebabkan campur kode dalam peristiwa tutur antara *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan calon konsumen. Pada tuturan berikut akan tampak maksud dan kehendak tutur:

(16) Percakapan 1562801

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan sebuah Hp kepada calon konsumen.

SPG	: Siang mas...mbak...maaf mengganggu
Konsumen	: Selamat siang juga mbak
SPG	: Bisa dilihat mas...mbak...produk-produk terbaru ponsel kami
Konsumen	: Boleh
SPG	: Ini salah satu ponsel andalan kami yang patut dicoba, bapak akan merasakan kecanggihan dari

ponsel ini antara lain bapak bisa melakukan *chatting via skype dan bisa video call juga*, dengan kamera depan 3MP dan kamera belakang 8MP dan ada beberapa keuntungan lainnya misalnya sebagian dari pekerjaan bapak dapat terselesaikan dengan mudah, bisa bermain game dan mendapatkan informasi berita lengkap dengan kecepatan internet yang luar biasa.

Konsumen : Apakah begitu?  
 SPG : Ya pak, kami akan memberikan harga yang terjangkau dengan berbagai program dan aplikasi yang sangat mendunia.

Pada data tersebut *Sales Promotion Girl (SPG)* mengalami peristiwa campur kode karena dalam tuturannya pembeli menggunakan kode bahasa Indonesia namun kemudian disisipi kata yang berbahasa Inggris seperti dalam tuturan”.....*melakukan chatting via skype dan bisa video call juga.....*”. Hal tersebut mempunyai maksud mempertegas tuturannya, yaitu untuk meyakinkan calon konsumen bahwa handphone yang ditawarkan sangatlah bagus dan sangat baik digunakan untuk kalangan dewasa.

(17) Percakapan 1562904

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks:

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan konsumen. SPG menawarkan sebuah Hp Asus kepada calon konsumen. Pada dialog tersebut pembeli menanyakan keunggulan dari Hp tersebut.

SPG : Selamat sore kak, ada yang bisa dibantu?  
 Konsumen : iya mba ini sedang cari Hp yang Asus mb...  
 SPG : silahkan kak, mari... di lihat dulu kalau begitu, ini ada juga tipe yang lainnya, seperti Acer dan Samsung  
 Konsumen : oh...iya iya mb trimakasih, saya akan melihat dulu semoga ada yang tertarik

SPG : *banyak modelnya kak, yang bisa untuk selfie dan untuk game*

Konsumen : yang merk Asus ini keunggulannya apa ya mb?

SPG : kalau Asus yang seri ini keunggulannya di battery yang tidak boros, *samaperforma yang maksimal sehingga tidak mudah panas ketika digunakan, dan juga modelnya yang tipis dibandingkan dengan yang lainnya*

Konsumen : apa ada mb yang lebih bagus dari ini?

SPG : untuk sementara ini Hp ini yang paling bagus kak

Konsumen : oh ya... bentar ya mbak tak lihat-lihat dulu

SPG : baik pak....

Konsumen : sebelumnya bolehkah saya melihat spesifikasinya Hp ini untuk lebih jelasnya mba

SPG : oh iya pak, silahkan ini spesifikasinya...

Konsumen : trimakasih mba

Pada data tersebut *Sales Promotion Girl* (SPG) mengalami peristiwa campur kode karena dalam tuturannya pembeli menggunakan kode bahasa indonesia namun kemudian disisipi kata yang berbahasa Inggris seperti dalam tuturan ”.....*sama performa yang maksimalsehingga tidak mudah panas ketika digunakan, dan juga modelnya yang tipis dibandingkan dengan yang lainnya.....*”. Hal tersebut mempunyai maksud mempertegas tuturannya, yaitu untuk meyakinkan calon konsumen bahwa handphone yang ditawarkan sangatlah bagus dan sangat baik digunakan untuk semua kalangan. Hal yang lainnya juga terdapat dalam tuturan “*banyak modelnya kak, yang bisa untuk selfie dan untuk game*”. Hal tersebut *Sales Promotion Girl* (SPG) mempunyai maksud mempertegas tuturannya dan memberikan pengertian kepada calon konsumen bahwa Handphone yang calon konsumen cari kebetulan sudah ada dan sudah dipersiapkan tetapi *Sales Promotion Girl* (SPG) mencoba menawarkan tipe yang banyak pilihan handphone - handphone yang lainnya.

## (18) Percakapan 1562905

Peserta T tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. Konsumen bertanya kepada SPG mengenai stock barang Hp Iphone 6, tanpa ragu dan tanpa Tanya banyak konsumen langsung tertarik dan membelinya.

Konsumen	: maaf mba mau tanya
SPG	: iya kak bisa dibantu
Konsumen	: ada Hp iphone 6?
SPG	: ada kak, lagi ready stock nih...
Konsumen	: berapa harganya mba?
SPG	: lima belas juta kak kalau kakak beli hari ini diskon sepuluh persen jadi tigabelasjutralimaratus
konsumen	: ya sudah mbak saya beli asal dapat bonus PowerBank yang sepuluhribu mAh ya
SPG	: baik kak, akan saya beri bonusnya... <i>tapi cash untuk pembayarannya...</i>
Konsumen	: oke baik, trimakasih
SPG	: Iya, sama-sama

Pada data tersebut *Sales Promotion Girl* (SPG) mengalami peristiwa campur kode karena dalam tuturannya pembeli menggunakan kode bahasa Indonesia namun kemudian disisipi kata yang berbahasa Inggris seperti dalam tuturan "...tapi cash untuk pembayarannya...". Hal tersebut dimaksudkan untuk mempertegas tindak tuturnya *Sales Promotion Girl* (SPG) terhadap calon pembelinya untuk melakukan pembayaran yang tunai.

#### b. Keterbatasan penguasaan kode

Pada faktor keterbatasan penguasaan kode ini terjadi apabila penutur melakukan campur kode karena tidak paham padanan kata, frase, atau klausa dalam bahasa dasar yang digunakan. Terjadinya campur kode karena faktor

keterbatasan penguasaan kode lebih dominan terjadi ketika dalam hal ini *Sales Promotion Girl* (SPG) maupun calon konsumen di Mall Elektronik Jogjatronik Yogyakarta dalam kode bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Keterbatasan penguasaan kode dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris menyebabkan penutur mencampur kode dikarenakan dalam bahasa Indonesia tidak adanya padanan kata atau bersifat dwimakna, sehingga penutur mencampur kode antara bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, seperti yang tampak pada tuturan berikut:

(19) Percakapan 1562802

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan sebuah Hp kepada calon konsumen pada dialog tersebut tidak terjadi tawar-menawar harga.

Konsumen	: Mbak, saya sedang mencari ponsel terbaru tapi harus ada berbagai aplikasi yang bagus
SPG	: Oh iya pak, ini ada salah satu ponsel terbaru dari kami, yang diimpor langsung dari Jepang. Ini merupakan ponsel yang paling terbaru di Jepang, dengan berbagai aplikasi-aplikasi yang lebih baru dari ponsel lainnya, aplikasinya ini lebih canggih.
Konsumen	: Bolehkah saya melihat ponsel itu? Kelihatannya saya kok tertarik yaaa...
SPG	: Tentu saja boleh pak...
Konsumen	: Berapa harganya mbak?
SPG	: Sangat murah kok pak,,,ponsel ini dibandrol dengan harga tiga juta empat ratus
Konsumen	: Weee...murah ya mbak.... Ok mbak saya akan beli tapi yang putih ya...
SPG	: Iya pak, sebentar ya pak saya ambilkan barangnya, sekalian juga untuk kartu garansinya....
Konsumen	: Eh, iya mbak maaf mau tanya
SPG	: iya pak,
Konsumen	: Itu kameranya berapa mbak....

SPG : *Dual kamera pak, yang depan 1,5MP yang belakang 5MP*  
 Konsumen : Oh ya sudah mbak, yang itu aja mbak jadinya  
 SPG : Oke mas, tunggu sebentar ya...  
 Konsumen : Iya mbak

Pada data tersebut *Sales Promotion Girl* (SPG) mengalami peristiwa campur kode karena dalam tuturannya *Sales Promotion Girl* (SPG) menggunakan bahasa Indonesia dan tanpa disengaja mencampurkan dengan bahasa Inggris, bisa dikarenakan *Sales Promotion Girl* (SPG) menggunakan bahasa Inggris terpaksa karena dalam bahasa Indonesia tidak ada artinya atau bisa makna ganda. Bisa terlihat pada tuturan berikut “*Dual kamera pak, yang depan 1,5MP yang belakang 5M*”. campur kode tersebut berupa penyisipan kata ‘*dual*’ yang dalam bahasa Indonesia berarti ‘*dobel*’ atau ‘*mempunyai dua fungsi*’.

(20) Percakapan 1570412

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen  
 Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. Seorang pelanggan yang mencari HP untuk anaknya yang direkomendasikan sama SPG tetapi bapaknya tidak tertarik dengan harganya pada akhirnya beli yang harga standar.

SPG : Mari...silahkan...mampir ke counter kami, mari...  
 Konsumen : *Mbak, ada Hp yang kameranya bagus? Untuk anak saya, dia suka selfie katanya*  
 SPG : Oh iya pak saya merekomendasikan anak bapak dikasih yang merk oppo saja pak, soalnya kalau buat selfie sudah bagus dengan kamera depan 3MP dan belakang 8MP serta sudah bisa buat game-game yang saat ini lagi booming pak.  
 Konsumen : Berapa mbak harganya? Jangan mahal-mahal ya mbak hehe  
 SPG : Duakomatigajuta pak

Konsumen : Wah.... mahal ya mbak, mbok yang sejutaan wae lah mbakbuat anak-anak ben ra nangis we...  
 SPG : Kalau begitu oppo yang tipe lainnya saja ya pak, yang harganya sejutaan  
 Konsumen : Pas e piro mbak?  
 SPG : Satukomatiga pak  
 Konsumen : Iyasudah mbak yang itu aja  
 SPG : Baik pak, mohon ditunggu saya ambilkan barangnya.

Pada data tersebut *Sales Promotion Girl* (SPG) mengalami peristiwa campur kode karena dalam tuturannya calon konsumen menggunakan kode bahasa Indonesia namun kemudian disisipi kata yang berbahasa Inggris Hal tersebut dimaksudkan untuk mempertegas tindak tuturnya. Bisa terlihat pada tuturan berikut “*Mbak, ada Hp yang kameranya bagus? Untuk anak saya, dia suka selfie katanya*”. Pada percakapan tersebut konsumen menggunakan campur kode dengan menyisipkan kata ‘selfie’ dalam tuturannya yang berarti dalam bahasa Indonesia suatu kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan kamera depan HP untuk melakukan foto-foto, biasanya dilakukan anak-anak atau orang dewasa, tapi kebanyakan yang melakukan wanita ABG. Penggunaan bahasa Inggris dalam tuturan tersebut karena konsumen terpaksa menggunakan kata tersebut karena dalam bahasa Indonesia tidak ada padanan katanya.

### c. Mitra tutur dan kebiasaan

(21) 1562803

Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan sebuah Laptop kepada calon

konsumen pada dialog tersebut terjadi tawar menawar harga yang cukup sengit, dan pada akhirnya konsumen setuju dengan penawaran yang ditawarkan SPG.

- SPG : Selamat datang kak, ada yang bisa saya bantu?  
 Konsumen: Begini mbak, saya sedang mencari laptop, tapi yang merknya AcerAspire  
 SPG : Untuk merk Acer Aspire di sini ada tiga pilihan yaitu Acer Aspire E3, E5, dan V5  
 Konsumen: Yang Acer Aspire V5, harganya berapaan mbak?  
 SPG : Untuk harga laptop yang itu kebetulan spesifikasinya lebih tinggi dibandingkan dengan laptop seri yang lainnya, dan harganya pun diatas yang lainnya mas sekitar empatjutaan lebih sedikit  
 Konsumen: Pasnya aja berapa mbak, jangan ada kelebihannya lebih bagus mbak  
 SPG : Pasnya empat juta sembilanratus mas...  
 Konsumen: *Wah...larang banget je.... Bisa dikurangin dikit lagi mb empat setengah gituu*  
 SPG : waaahhh...mboten saged mas, Maaf nggeh mas kalau yang V5 harganya segitu, tapi kalau mau yang harga empat setengah dapat yang E5 nya mas...  
 Konsumen: Wahh tapi saya maunya yang V5 ini mbak  
 SPG : maaf pak tidak bisa,  
 Konsumen: Bagaimana kalau empat juta tujuh ratus mb...  
 SPG : Bentar ya pak...  
 Konsumen: Ya mbak...  
 SPG : Baiklah pak tidak apa-apa , saya ambikan dulu barangnya...  
 Konsumen: Baik mbak terimakasih...

Pada peristiwa tutur tersebut terdapat campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa jawa '*Wah...larang banget je.... Bisa dikurangin dikit lagi mb empat setengah gituu*'.Awalnya calon konsumen menggunakan bahasa Indonesia tetapi setelah mendengarkan penjelasan *Sales Promotion Girl* (SPG) calon konsumen kaget dan menggunakan bahasa jawa '*wah...larang banget je....*'yang berarti dalam bahasa Indonesia '*wah...mahal banget ya*'kata 'je' yang berarti 'ya'dalam tuturan tersebut sebagai ungkapan kekecewaan. Campur kode tersebut

terjadi karena adanya kebiasaan konsumen dalam peristiwa tawar-menawar barang.

(22) 1570516

Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen

Konteks :

Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di Yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen.

SPG : Mari Silahkan HP Smartphonenya?  
 Konsumen : Mari anda HP merk Samsung?  
 SPG : Yang seri apa mbak?  
 Konsumen : Samsung GT-E 1195.  
 SPG : *Wah... sudah nggak ada mbak? Yang ini aja mbak model terbaru yang hape smart phone merk Oppo atau Azus, ini bisa dicoba silahkan mbak?*  
 Konsumen : yang ini harganya berapa?  
 SPG : Murah kok mbak Cuma 1 jutaan mumpung promo.  
 Konsumen : Fasilitasnya apa mbak?  
 SPG : O...spesifikasinya ya mbak. Android 442 Kitkat dualcore Quad core. Gratis service antar jemput.  
 Konsumen : Mbak...itu kalau di chargerbaterainya bisa bertahan berapa lama?  
 SPG : Itu buat BBM-an dan Sosial Media bisa bertahan 4 jam, tapi untuk main game 2 sampai 3 jam.  
 Konsumen : Bisa kredit tidak mbak?  
 SPG : Maaf kalau ini tidak bisa kredit tapi cash.  
 Konsumen : Untuk awalnya perlu dicharger berapa lama mbak?  
 SPG : Ini HP Smartphone terbaru kalau masalah ngechas tidak masalah.  
 Konsumen : Oke mbak makasih saya ngambil yang ini.  
 SPG : Oke mbak. Terimakasih kembali.

Pada peristiwa tutur tersebut terdapat campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa ‘*Wah... sudah nggak ada mbak? Yang ini aja mbak model terbaru yang hape smart phone merk Oppo atau Azus, ini bisa dicoba silahkan mbak?*’.Awalnya *Sales Promotion Girl (SPG)* menggunakan bahasa Indonesia tetapi setelah mendengarkan permintaan calon konsumen, *Sales Promotion Girl (SPG)* kaget dan menggunakan bahasa Jawa ‘*wah...sudah nggag ada mbak....*’

yang berarti kata 'wah' disini dalam tuturan tersebut sebagai ungkapan kekecewaan. Campur kode tersebut terjadi karena adanya kebiasaan *Sales Promotion Girl (SPG)* dalam peristiwa dalam menawarkan barang.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Peristiwa campur kode yang terjadi pada peristiwa tutur antara *Sales Promotion Girl* (SPG) dan calon konsumen di pusat perbelanjaan Mall Elektronik Jogjatronik Yogyakarta menyebabkan terjadinya bentuk-bentuk campur kode yang berupa (1) penyisipan kata, (2) penyisipan frasa, dan (3) campur kode berupa pengulangan kata. *Sales Promotion Girl* (SPG) menjelaskan kepada konsumen dengan menggunakan campur kode bahasa Indonesia - Inggris merupakan gaya berbahasa sehari-hari di antara sesama *Sales Promotion Girl* (SPG) di lingkungan kerja. Penggunaan campur kode tersebut didorong keterpaksaan. Karena kata seperti *powerbank*, *mAh*, *router*, *signal* seakan-akan tidak ada padanannya dalam bahasa Indonesia. Selain itu campur kode juga mempunyai beberapa faktor-faktor yang menjadi penyebab terjadinya peristiwa campur kode tersebut adalah (1) keterbatasan penguasaan kode, (2) Mitra tutur dan kebiasaan, dan (3) maksud dan kehendak tutur.

Keterbatasan penguasaan kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris di kalangan *Sales Promotion Girl* (SPG) cukup banyak ditemukan dalam peristiwa tutur antara *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan konsumen khususnya di lingkup Mall Elektronik Jogjatronik Yogyakarta. Tuturan tersebut dapat dilihat dengan masuknya kode bahasa Inggris pada percakapan berbahasa Indonesia antara *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan konsumen. Kata *powerbank*, *mAh*, *router*, *signal*

merupakan kode yang sering diucapkan *Sales Promotion Girl* (SPG) ketika menjelaskan produknya. Karena kata tersebut mengacu pada prinsip berbahasa yang singkat, jelas dan tidak berdwimakna, walaupun *Sales Promotion Girl* (SPG) itu tidak menyadarinya. Bahasa kode tersebut terjadi karena bahasa asal teknologi gadget, yang bila dipadankan ke dalam bahasa Indonesia dapat menjadi frase atau kalimat yang panjang, kurang jelas dan mungkin bermaksud ganda.

Terjadinya campur kode merupakan ketergantungan bahasa dalam masyarakat multilingual. Di dalam campur kode, ciri-ciri ketergantungan ditandai oleh adanya hubungan timbal balik antara peranan dan fungsi kebahasaan. Peranan yang dimaksud adalah siapa yang menggunakan bahasa itu, sedangkan fungsi kebahasaan apa yang hendak dicapai penutur dan tuturannya.

Campur kode adalah penggunaan dua bahasa (varian) atau lebih dalam tindak tutur dalam satu masyarakat tutur secara mencampurkan menjadi satu bahasa dengan penyusunan unsur-unsur yang satu ke dalam yang lain dalam batasan linguistik tertentu. Pada campur kode ini ada sebuah kode utama atau kode dasar yang digunakan dan memiliki fungsi dan keotonomiannya.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: Fenomena kebahasaan masyarakat Yogyakarta masih sangat potensial sebagai lahan penelitian Sociolinguistik, yaitu antara lain (1) pergeseran penggunaan bahasa Jawa, dan (2) kekhasan penggunaan bahasa Inggris dan bahasa Jawa maka kepada para peneliti dan pemerhati masalah bahasa serta berbagai pihak yang dapat memanfaatkan hasil penelitian ini, disarankan permasalahan-permasalahan tersebut dapat menjadi referensi untuk dilakukan penelitian lanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief Rakhman Kurniawan. (2014). *Total Marketing: Segala Hal Tentang Marketing & Bagaimana menjadi sales handal*. Yogyakarta: Buku kita.
- Asep Abbas Abdullah. (1988). *Metode Linguistik Bagian II: Metode dan teknik pengumpulan data*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Anggit Putri Sarwanti. (2013). *Analisis Tindak Tutur Langsung dan Tidak Langsung dalam novel MS.B : "Will u marry me?" karya Fira Basuki (Suatu kajian pragmatik)*. Skripsi. Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Aslinda & Leni Syafyaha. (2007). *Pengantar Sociolinguistik*. Bandung: Refika Aditama.
- Azizah Purnamawati. (2010). *Campur kode dan Alih Kode Tuturan Penjual dan Pembeli Dipasar Johar Semarang*. Skripsi. Studi pendidikan bahasa dan Sastra Indonesia IKIP PGRI, Semarang.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina, (1995). *Sociolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kentjono, Djoko. (1982). *Dasar-dasar Linguistik Umum*. Jakarta: Fakultas Sastra.
- KBBI. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi keempat Pusat Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Paul Ohoiwutun. (2007). *Sociolinguistik: Memahami Bahasa Dalam Konteks Masyarakat dan Kebudayaan*. Jakarta: Visipro.
- Mackey, W.F. (1986). *Analisis Bahasa untuk Pengajaran Bahasa*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Rahardi, Kunjana. (2001). *Sociolinguistik Kode dan Alih Kode*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Robert Sibarani. (1992). *Hakikat Bahasa*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Rosita Mundianita. (2011). *Alih kode dan Campur Kode Bahasa Jawa Dalam Rapat Ibu-Ibu PKK di Kepatihan Kulon Surakarta: Kajian Sociolinguistik*. Skripsi. Jurusan Sastra Daerah UNS, Surakarta.
- Sugiyono.(2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sri Utari Subyakto. (1987). *Psikolinguistik: Suatu pengantar*. Jakarta: Depdikbud
- Strauss, Anselm & Juliet Corbin. (2013). *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tim Prima Pena. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Bandung: Gita Media Press.
- Mansoer Pateda. (1994). *Sosiolinguistik*. Jakarta: Angkasa.
- Nababan, P. W. J. (1984). *Sosiolinguistik Pengantar Awal*. Jakarta: Gramedia.
- , (1993). *Sosiolinguistik suatu pengantar*. Jakarta: Gramedia.

**PERCAKAPAN 1562801**

- Tanggal : 28 Juni 2015
- Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen
- KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan sebuah Hp kepada calon konsumen.
- SPG : Siang mas...mbak...maaf mengganggu
- Konsumen : Selamat siang juga mbak
- SPG : Bisa dilihat mas...mbak...produk-produk terbaru ponsel kami
- Konsumen : Boleh
- SPG : Ini salah satu ponsel andalan kami yang patut dicoba, bapak akan merasakan kecanggihan dari ponsel ini antara lain bapak bisa melakukan chatting via skype dan bisa video call juga, dengan kamera depan 3MP dan kamera belakang 8MP dan ada beberapa keuntungan lainnya misalnya sebagian dari pekerjaan bapak dapat terselesaikan dengan udah, bisa bermain game dan mendapatkan informasi berita lengkap dengan kecepatan internet yang luar biasa.
- Konsumen : Apakah begitu?
- SPG : Ya pak, kami akan memberikan harga yang terjangkau dengan berbagai program dan aplikasi yang sangat mendunia.

**PERCAKAPAN 1562802**

- Tanggal : 28 Juni 2015
- Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen
- KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan sebuah Hp kepada calon konsumen pada dialog tersebut tidak terjadi tawar menawar harga.
- Konsumen : Mbak, saya sedang mencari ponsel terbaru tapi harus ada berbagai aplikasi yang bagus
- SPG : Oh iya pak, ini ada salah satu ponsel terbaru dari kami, yang diimpor langsung dari jepang. Ini merupakan ponsel yang paling terbaru di jepang, dengan berbagai aplikasi-aplikasi yang lebih baru dari ponsel lainnya, aplikasinya ini lebih canggih .
- Konsumen : Bolehkah saya melihat ponsel itu? Kelihatannya saya kok tertarik yaaa...
- SPG : Tentu saja boleh pak...
- Konsumen : Berapa harganya mbak?
- SPG : Sangat murah kok pak,,ponsel ini dibandrol dengan harga tiga juta empat ratus
- Konsumen : Weee...murah ya mbak.... Ok mb saya akan beli tapi yang putih ya...

SPG : Iya pak, sebentar ya pak saya ambilkan barangnya, sekalian juga untuk kartu garansinya....

Konsumen : Eh, iya mbak maaf mau tanya

SPG : Iiya pak,

Konsumen : Itu kameranya berapa mbak....

SPG : Dual kamera pak, yang depan 1,5MP yang belakang 5MP

Konsumen : Oh ya sudah mbak, yang itu aja mbak jadinya

SPG : Oke mas, tunggu sebentar ya...

Konsumen : Iya mbak

### **PERCAKAPAN 1562803**

Tanggal : 28 Juni 2015

Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen

KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan sebuah Laptop kepada calon konsumen pada dialog tersebut terjadi tawar menawar harga yang cukup sengit, dan pada akhirnya konsumen setuju dengan penawaran yang ditawarkan SPG

SPG : Selamat datang kak, ada yang bisa saya bantu?

Konsumen : Begini mbak, saya sedang mencari laptop, tapi yang merk nya Acer Aspire

SPG : Untuk merk Acer Aspire di sini ada tiga pilihan yaitu Acer Aspire E3, E5, dan V5

Konsumen : Yang Acer Aspire V5, harganya berapaan mbak?

SPG : Untuk harga laptop yang itu kebetulan spesifikasinya lebih tinggi dibandingkan dengan laptop seri yang lainnya, dan harganya pun diatas yang lainnya mas sekitar 4jutaan lebih sedikit

Konsumen : Pasnya aja berapa mbak, jangan ada kelebihannya lebih bagus mbak

SPG : Pasnya empat juta sembilanratus mas...

Konsumen : Wah...larang banget je.... Bisa dikurangin sikit lagi mb empat setengah gituu

SPG : SPG: *waaahhh...mboten saged mas*, Maaf *nggeh* mas kalau yang V5 harganya segitu, tapi kalau mau yang harga empat setengah dapat yang E5 nya mas...

Konsumen : Wahh tapi saya maunya yang V5 ini mbak

SPG : maaf pak tidak bisa,

Konsumen : Bagaimana kalau empat juta tujuh ratus mb...

SPG : Bentar ya pak...

Konsumen : Ya mbak...  
 SPG : Baiklah pak tidak apa-apa , saya ambilkan dulu barangnya...  
 Konsumen : Baik mbak trimakasih...

#### **PERCAKAPAN 1562904**

Tanggal : 29 Juni 2015  
 Peserta Tuter : SPG dan Calon Konsumen  
 KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan sebuah Hp Asus kepada calon konsumen. Pada dialog tersebut pembeli menanyakan keunggulan dari Hp tersebut.  
 SPG : Selamat sore kak, ada yang bisa dibantu?  
 Konsumen : iya mba ini sedang cari Hp yang Asus mb...  
 SPG : silahkan kak, mari... di lihat dulu kalau begitu, ini ada juga tipe yang lainnya, seperti Acer dan Samsung  
 Konsumen : oh...iya iya mb trimakasih, saya akan melihat dulu semoga ada yang tertarik  
 SPG : banyak modelnya kak, yang bisa untuk selfie dan untuk game  
 Konsumen : yang merk Asus ini keunggulannya apa ya mb?  
 SPG : kalau Asus yang seri ini keunggulannya di batry yang tidak boros, sama performa yang maksimal sehingga tidak mudah panas ketika digunakan, dan juga modelnya yang tipis dibandingkan dengan yang lainnya  
 Konsumen : apa ada mb yang lebih bagus dari ini?  
 SPG : untuk sementara ini Hp ini yang paling bagus kak  
 Konsumen : oh ya... bentar ya mbak tak lihat-lihat dulu  
 SPG : baik pak....  
 Konsumen : sebelumnya bolehkah saya melihat spesifikasinya Hp ini untuk lebih jelasnya mba  
 SPG : oh iya pak, silahkan ini spesifikasinya...  
 Konsumen : trimakasih mba

#### **PERCAKAPAN 1562905**

Tanggal : 29 Juni 2015  
 Peserta Tuter : SPG dan Calon Konsumen  
 KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. Konsumen bertanya kepada SPG mengenai stock barang Hp Iphone 9, tanpa ragu dan tanpa Tanya banyak konsumen langsung tertarik dan membelinya.  
 Konsumen : maaf mba mau Tanya

SPG : iya kak bisa dibantu  
 Konsumen : ada Hp iphone 9?  
 SPG : ada kak, lagi ready stock nih...  
 Konsumen : berapa harganya mba?  
 SPG : lima belas juta kak kalau kakak beli hari ini diskon sepuluh persen jadi tigabelasjutralimaratus  
 konsumen : ya sudah mbak saya beli asal dapat bonus PowerBank yang sepuluhribu MAH ya  
 SPG : baik kak, akan saya beri bonusnya... tapi cash untuk pembayarannya...  
 Konsumen : oke baik, trimakasih  
 SPG : Iya, sama-sama

### **PERCAKAPAN 1562906**

Tanggal : 29 Juni 2015  
 Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen  
 KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG mempersilahkan konsumen dan memberikan informasi mengenai produk apa saja yang dijual dan konsumen ingin membeli sebuah Laptop.  
 SPG : selamat siang....  
 Selamat dating di counter kami  
 Mari kak silahkan dilihat-lihat dahulu...  
 Konsumen : terimakasih  
 SPG : ada yang bisa saya bantu?  
 Konsumen : saya ingin beli laptop  
 SPG : ingin laptop yang buat game atau yang standart aja?  
 Konsumen : yang standart aja mba, tapi saya bingung yang bagus merk apa ya mba  
 SPG : begini mas kalau masalah bagus atau tidaknya itu relative mas, semua merk ada kelebihan dan kekurangannya  
 Konsumen : oh begitu ya...  
 SPG : tetapi yang paling laris untuk sekarang merk HP mas  
 Konsumen : saya boleh lihat yang merk Hp itu mba  
 SPG : sebentar ya mas saya ambilkan barangnya dulu  
 Konsumen : iya mba  
 SPG : ini mas silahkan dicoba dahulu  
 Konsumen : fasilitasnya apa aja ya mba  
 SPG : sudah ada WIFI, Bluetooth, memory 2GB, monitor 14 inci, dan masih banyak lagi  
 Konsumen : warnanya hanya hitam saja atau ada yang lainnya mba?

- SPG : kalau laptop Hp ini sebenarnya ada warna coklat, putih, merah, sama hitam, tapi saat ini yang ready tinggal warna hitam aja mas, yang warna lainnya kehabisan stock
- Konsumen : yah... soalnya saya suka yang warna putih mba,
- SPG : iya ini mas, mungkin ada yang putih tapi harus nunggu paling cepat sebulan mas, barangnya sudah dating lagi...
- Konsumen : yaudah deh mba yang warna hitam ini saja lah, daripada bingung nanti saya mau bikin tugas-tugas tapi ada diskon kan mba...
- SPG : maaf mas, tidak dapat diskon tapi kami memberikan bonus mouse dan pelindung keyboard
- Konsumen : yahhh.... Yaudah deh mb, tidak masalah
- SPG : jadi ambil yang ini mas?
- Konsumen : iya mba ambil yang itu saja
- SPG : kalau begitu sebentar ya mas saya ambilkan barangnya sekalian garansinya
- Konsumen : iya mba

### **PERCAKAPAN 1570207**

- Tanggal : 2 Juli 2015
- Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen
- KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG mempersilahkan konsumen untuk mampir ke counternya serta memberikan informasi tentang produk apa saja yang dijual. Konsumen akhirnya tertarik dan ingin membeli sebuah powerbank.
- SPG : selamat siang  
Mari silahkan mampir ke counter kami  
Dilihat-lihat produk kami kak....
- Konsumen : mba...
- SPG : iya mba bisa dibantu
- Konsumen : coba mba powerbank yang itu berapa harganya? Dan berapa kapasitasnya?
- SPG : oh... kalau yang ini merknya vivo mba lumayan mahal kalau dibandingkan yang lainnya, masalahnya limabelasribu MAH dan terbilang lebih awet dibandingkan yang lainnya serta ada jaminan garansi selama enam bulan.
- Konsumen : berapa mba harganya?
- SPG : oh iya... kalau harganya limaratusribu mba
- Konsumen : iya mba saya yang itu ajalah tapi yang warna putih ya

SPG : baiklah mba, sebentar ya mba saya ambilkan barangnya  
 Konsumen : ok mba

### **PERCAKAPAN 1570408**

Tanggal : 2 Juli 2015

Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen

KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. Calon konsumen mencari sebuah router, SPG memberikan penjelasan tentang produknya dan keunggulannya diselingi dengan candaan, akhirnya konsumen tidak jadi membeli, masalahnya sinyal di daerahnya yang tidak mendukung.

Konsumen : mba ada router?

SPG : iya mba ada, mau yang merk apa?

Konsumen : yang apa aja deh mb, yang penting bagus dan tidak boros batrynya

SPG : kalau gitu smartfren aja ya mba, keunggulannya router ini bisa digunakan untuk maksimal lima pengguna, ini juga bisa dibawa kemana-mana bentuknya yang simple seperti handphone, tidak perlu memakai antena ini itu...hehehe

Konsumen : ok deh, tapi itu gag bisa diganti kartu lain ya?

SPG : maaf mba kalau untuk yang ini tidak bisa diganti kartu lain

Konsumen : tapi saya masih ragu dikawasan rumah saya ada signal atau tidak

SPG : oh iya mba, kekurangannya hanya itu tapi kalau untuk smartfren udah bisa digunakan sampai desa kok mba, tapi Cuma tertentu aja signalnya kadang ada kadang tidak, kalau dikawasan DIY sudah menjangkau kok mba

Konsumen : gini aja mba, besuk kalau jadi saya kembali lagi kesini, saya Tanya sama temen saya yang pakai smartfren dan saya pinjem untuk mengecek signalnya bagus atau tidak di kawasan rumah saya.

SPG : oke mba kalau begitu, kami tunggu kedatangannya kembali

Konsumen : baik mba terimakasih informasinya

SPG : oke sama-sama

### **PERCAKAPAN 1570209**

Tanggal : 2 Juli 2015

Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen

KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan waterheater yang dijualnya kepada calon pembeli dan akhirnya calon pembeli tertarik dan bertanya kepada SPG lalu SPG menjelaskan tentang keunggulan dari

produknya tersebut, tetapi calon pembeli ragu dan akhirnya memberikan alasan dan tidak jadi membelinya.

- SPG : mari.....mari kak waterheaternya dengan sistem terbaru dan standart Amerika.... Mari mampir Tanya boleh kok....
- Konsumen : iya mba mau Tanya tentang water heaternya
- SPG : iya pak mari silahkan
- Konsumen : keunggulannya apa aja ya mba? Kalau nanti cocok saya beli, soalnya yang dirumah juga sudah rusak
- SPG : oh iya pak, keunggulannya hemat listrik hingga tigapuluhpersen lho pak, serta onderdilnya kalau ada kerusakan bisa langsung diganti tanpa harus inden, tinggal bawa ke outlet kami saja karena kami outlet kami sudah ada di seluruh kota di Indonesia, juga ada garansi mesin pak selama dua tahun. Bagaimana pak? Tertarik dengan produk kami? Kalau bapak tertarik dan ambil sekarang bapak akan mendapatkan potongan harga serta dapat bonus-bonus dari kami.
- Konsumen : bentar ya mba saya Tanya istri saya dulu, nanti saya kembali kalau istri saya cocok
- SPG : baik bapak, tapi promo dan bonusnya Cuma sampai besok lho pak, karena eventnya sudah selesai, baik pak kami tunggu kedatangannya kembali.trimakasih sudah mampir ke stand kami.

### **PERCAKAPAN 1570410**

- Tanggal : 4 Juli 2015
- Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen
- KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan produknya dan calon konsumen tertarik untuk bertanya, dan pada akhirnya calon konsumen tidak jadi membelinya.
- SPG : silahkan mampir ke stand kami, ada ac Panasonic seri alowa dengan sistem yang terbaru mari silahkan
- Konsumen : itu Panasonic alowa keunggulannya apa ya mb? Dibanding dengan AC yang lain?
- SPG : oh iya bu, AC ini punya beberapa kelebihan yang dapat memberikan kenyamanan serta ketenangan pemiliknya, ramah lingkungan juga bu, karena menggunakan sistem Nano-G dan Econavi dengan daya listrik tigaratusduapuluh watt yang tentunya bisa menghemat listrik, serta AC ini menggunakan sensor deteksi yang mampu mendeteksi aktivitas ruangan dalam keadaan kosong atau mendeteksi aktifitas pengguna.

Tekhnologi nano-G pada AC ini berfungsi membersihkan udara dari virus dan bakteri. Bagaimana bu dengan penjelasannya? Mungkin ibu tertarik?

- Konsumen : kelihatannya smart juga ya ini AC  
 SPG : iya bu dicoba saja, ganti AC yang lama dengan yang ini, hehe  
 Konsumen : iya mba tunggu awal bulan pas gajian ya mba  
 SPG : baik ibu saya tunggu kedatangannya di took kami, karena kami besuk event nya sudah selesai, jadi ibu kalau nanti tertarik bisa datang ke took kami yang beralamat di jalan gejayan. Trimakasih ibu sudah mau bertanya dan mampir di stand kami.

### **PERCAKAPAN 1570411**

- Tanggal : 4 Juli 2015  
 Peserta Tuter : SPG dan Calon Konsumen  
 KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG tidak memberikan informasi lagi karena sudah permintaan pelanggan dan dalam percakapan tersebut terjadi tawar menawar.  
 SPG : mari silahkan bisa dibantu?  
 Konsumen : ada tablet Samsung galaxy tab 2 mba?  
 SPG : ada tapi 2<sup>nd</sup> gag ada yang baru sekarang, gimana?  
 Konsumen : tidak apa-apa mba yang penting galaxy tab2, aku suka memorynya yang besar soalnya.  
 SPG : bentar ya mba saya ambilkan dahulu, soalnya di counter bawah  
 Konsumen : iya mba, tapi berapa ya harganya?  
 SPG : satusetengahjuta mba  
 Konsumen : satukomatiga aja ya mba hehe  
 SPG : yasudah deh gak apa-apa mba...

### **PERCAKAPAN 1570412**

- Tanggal : 4 Juli 2015  
 Peserta Tuter : SPG dan Calon Konsumen  
 KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. Seorang pelanggan yang mencari HP untuk anaknya yang direkomendasikan sama SPG tetapi bapaknya tidak tertarik dengan harganya pada akhirnya beli yang harga standar.  
 SPG : mari...silahkan...mampir ke counter kami, mari...  
 Konsumen : mba, ada Hp yang kameranya bagus? Untuk anak saya, dia suka selfie katanya

- SPG : oh iya pak saya merekomendasikan anak bapak dikasih yang merk oppo saja pak, soalnya kalau buat selfie sudah bagus dengan kamera depan 3MP dan belakang 8MP serta sudah bisa buat game yang saat ini lagi booming pak.
- Konsumen : berapa mba harganya? Jangan mahal-mahal ya mba hehe
- SPG : duakomatigajuta pak
- Konsumen : wah.... Mahal ya mba, mbok yang sejutaan wae lah mba buat anak-anak ben ra nangis we...
- SPG : kalau begitu oppo yang tipe lainnya saja ya pak, yang harganya sejutaan
- Konsumen : pas e piro mba?
- SPG : satukomatiga pak
- Konsumen : iyasudah mba yang itu aja
- SPG : baik pak, mohon ditunggu saya ambilkan barangnya.

### **PERCAKAPAN 1570513**

- Tanggal : 5 Juli 2015
- Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen
- KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG menawarkan barang dagangannya, tetapi pelanggan kecewa dengan barang yang dipromokan yang sudah tidak tren lagi, tapi SPG meyakinkan pelanggan dan akhirnya tidak jadi beli.
- SPG : mari kak dilihat softcasenya lagi promo beli satu dapat dua khusus hari ini
- Konsumen : oh iyaa...berapaan mba?
- SPG : tigapuluhlima ribuan kak
- Konsumen : tapi kok modelnya lama ya mba? Gag model yang jaman sekarang gitu lhoo
- SPG : ada juga kok yang model terbarunya kak, mau saya bantu ambilkan?
- Konsumen : besuk-besuk saja mba kalau dah bosan dengan yang ini
- SPG : mumpung diskon lho kak hari ini
- Konsumen : maaf mba gag jadi aja
- SPG : trimakasih kak.

### **PERCAKAPAN 1570514**

- Tanggal : 5 Juli 2015
- Peserta Tutar : SPG dan Calon Konsumen
- KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. Konsumen yang akan mencari

- Hp android tetapi dengan harga yang relative murah dengan fitur terbaik, lalu SPG memberikan rekomendasi yang cocok untuk konsumen.
- SPG : mari mba, silahkan lihat-lihat dulu mba. Mau cari Hp yang merk apa mba?
- Konsumen : ya mba... saya mau cari Hp yang android yang bisa bbman dan wa an gitu mb tapi budged saya hanya satujutaan.
- SPG : ada kok, mau yang merk apa mb?
- Konsumen : kalau ada sih yang merk Samsung tapi dengan harga yang itu tadi hehe
- SPG : ada mba ini ada Samsung galaxy v harganya satukomadujuta mba, fiturnya juga sudah lengkap kok
- Konsumen : OH...YA... aku ambil deh mba yang itu aja mba

### **PERCAKAPAN 1570515**

- Tanggal : 5 Juli 2015
- Peserta Tutur : SPG dan Calon Konsumen
- KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen. SPG mencoba menawarkan barang dagangannya dan konsumen hanya sekedar bertanya, tetapi SPG mencoba menyakinkan untuk membelinya.
- SPG : mari silahkan mampir ada hp bonus powerbank, mari silahkan dilihat dulu.
- Konsumen : Hp apa kak merknya?
- SPG : ini kak vivo
- Konsumen : harganya berapa ya kak?
- SPG : duajutaan kak
- Konsumen : vivo made in mana ya kak?
- SPG : ini dari cina tapi kualitas bagus kak
- Konsumen : bonusnya powerbank yang berapa Mah ya kak
- SPG : limaribu MAH kak...ini hp nya bisa dicoba-coba kak, moga aja tertarik ingin beli
- Konsumen : sepertinya jangan sekarang kak, lagi bokek...
- SPG : bisa kredit juga kok kak, hanya dengan kartu mahasiswa aja syaratnya
- Konsumen : gag lah kak, maaf ya kak
- SPG : baiklah trimakasih kak atas kunjungannya...

**PERCAKAPAN 1570516**

Tanggal : 5 Juli 2015

Peserta Tuter : SPG dan Calon Konsumen

KONTEKS : Percakapan di sebuah mall elektronik Jogjatronik di yogyakarta yang melibatkan seorang SPG dan Konsumen.

SPG : Mari Silahkan HP Smartphoneya?

Konsumen : Mari anda HP merk Samsung?

SPG : Yang seri apa mbak?

Konsumen : Samsung GT-E 1195.

SPG : Wah... sudah nggak ada mbak? Yang ini aza mbak model terbaru yang hape smart phone merk Oppp atau Azus, ini bisa dicoba silahkan mbak?

Konsumen : yang ini harganya berapa?

SPG : Murah kok mbak Cuma 1 jutaan mumpung promo.

Konsumen : Fasilitasnya apa mbak?

SPG : O...spesifikasinya ya mbak. Android 442 Kitkat dualcore Quad core. Gratis service antar jemput.

Konsumen : Mbak...itu kalau di charger baterainya bisa bertahan berapa lama?

SPG : Itu buat BBMan dan Sosial Media bisa bertahan 4 jam, tapi untuk main game 2 sampai 3 jam.

Konsumen : Bisa kredit tidak mbak?

SPG : Maaf kalau ini tidak bisa kredit tapi cash.

Konsumen : Untuk awalnya perlu dicharger berapa lama mbak?

SPG : Ini HP Smartphone terbaru kalau masalah ngechas tidak masalah.

Konsumen : Oke mbak makasih saya ngambil yang ini.

SPG : Oke mbak. Terimakasih kembali.

**TABEL BENTUK CAMPUR KODE DI MALL ELEKTRONIK JOGJATRONIK YOGYAKARTA**

NO.	KODE DATA	DATA	BENTUK CAMPUR KODE	FAKTOR PENYEBAB	KETERANGAN
1	1562801	<p>SPG : Siang mas...mbak...maaf mengganggu</p> <p>Konsumen : Selamat siang juga mbak</p> <p>SPG: Bisa dilihat mas...mbak...<b>produk-produk</b> terbaru <b>ponsel</b> kami</p> <p>Konsumen : Boleh</p> <p>SPG : Ini salah satu ponsel andalan kami yang patut dicoba, bapak akan merasakan kecanggihan dari ponsel ini antara lain bapak bisa melakukan <b>chatting via skype</b> dan bisa <b>video call</b> juga, dengan kamera depan <b>3MP</b> dan kamera belakang <b>8MP</b> dan ada beberapa keuntungan lainnya misalnya sebagian dari pekerjaan bapak dapat terselesaikan dengan udah, bisabermain <b>game</b> dan mendapatkan informasi berita lengkap dengan kecepatan internet yang luar biasa</p> <p>Konsumen : Apakah begitu?</p> <p>SPG : Ya pak, kami akan memberikan harga yang terjangkau dengan berbagai <b>program</b> dan <b>aplikasi</b> yang sangat mendunia.</p>	<p><b>Chatting via skype:</b> percakapan melalui media social yang bernama skype, yang bisa menghubungkan pihak penelfon dan penerima, dan disitulah terjadi sebuah percakapan.</p> <p><b>Video Call:</b> percakapan melalui Hp yang sudah ada kamera depannya, dengan kata lain menelepon dengan cara bertatap muka.</p> <p><b>3 MP:</b> ukuran kamera Hp dengan satuan Mega Pixel</p> <p><b>8 MP:</b> ukuran kamera Hp dengan satuan Mega Pixel</p> <p><b>Game:</b> suatu program yang dirancang untuk permainan di dalam Hp dengan tujuan agar tidak bosan dengan Hp pribadinya.</p>	Maksud dan Kehendak T tutur	Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menjelaskan secara detail tuturannya.

			<p><b>Program:</b> urutan perintah yang diberikan pada Hp untuk melakukan atau membuat suatu fungsi tertentu.</p> <p><b>Aplikasi:</b> suatu fungsi tertentu yang berada pada menu pada Hp untuk memberikan suatu fungsi tertentu.</p>		
2.	1562802	<p>Konsumen : Mbak, saya sedang mencari ponsel terbaru tapi harus ada berbagai <b>aplikasi</b> yang bagus</p> <p>SPG : Oh iya pak, ini ada salah satu ponsel terbaru dari kami, yang <b>diimpor</b> langsung dari jepang. Ini merupakan ponsel yang paling terbaru di jepang, dengan berbagai <b>aplikasi-aplikasi</b> yang lebih baru dari ponsel lainnya, <b>aplikasinya</b> ini lebih canggih</p> <p>Konsumen : Bolehkah saya melihat ponsel itu? Kelihatannya saya kok tertarik yaaa...</p> <p>SPG : Tentu saja boleh pak...</p> <p>Konsumen : Berapa harganya mbak?</p>	<p><b>Aplikasi:</b> suatu fungsi tertentu yang berada pada menu pada Hp untuk memberikan suatu fungsi tertentu</p> <p><b>Diimpor:</b> barang-barang yang didatangkan dari luar negeri</p> <p><b>Dibandrol:</b> harga yang menunjukkan harga barang yang dijual dan sudah sekalian dengan pajak barang itu sendiri.</p> <p><b>Garansi:</b> jaminan barang atau tanggungan penjual terhadap pembeli terhadap barang yang dijual.</p>	Maksud dan kehendak tutur serta keterbatasan penguasaan kode	Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menjelaskan secara detail tuturannya.

		<p>SPG : Sangat murah kok pak,,,ponsel ini <b>dibandrol</b> dengan harga tiga juta empat ratus</p> <p>Konsumen: <i>Weee...murah ya mbak....</i> Ok mb saya akan beli tapi yang putih ya...</p> <p>SPG: Iya pak, sebentar ya pak saya ambilkan barangnya, sekalian juga untuk kartu <b>garansinya....</b></p> <p>Konsumen : Eh, iya mbak maaf mau Tanya</p> <p>SPG : iiya pak, Konsumen: Itu kameranya berapa mbak....</p> <p>SPG: Dual kamera pak, yang depan <b>1,5MP</b> yang belakang <b>5MP</b></p> <p>Konsumen: Oh ya sudah mbak, yang itu aja mbak jadinya</p> <p>SPG: Oke mas, tunggu sebentar ya...</p> <p>Konsumen: Iya mbak</p>	<p><b>1,5MP</b>:ukuran kamera hp dengan satuan MegaPixel</p> <p><b>5MP</b>:ukuran kamera hp dengan satuan MegaPixel</p>		
3.	1562803	<p>SPG: Selamat datang kak, ada yang bisa saya bantu?</p> <p>Konsumen: Begini mbak, saya sedang mencari <b>laptop</b>, tapi yang <b>merk</b> nya</p>	<p><b>Laptop</b>:computer kecil yang bisa dibawa kemana-mana yang ditempatkan pada pangkuan pengguna.</p>	<p>Maksud dan kehendak tutur, keterbatasan penguasaan kode, dan kebiasaan</p>	<p>Pada peristiwa tutur tersebut terjadi peristiwa campur kode. pada peristiwa</p>

	<p>AcerAspire</p> <p>SPG: Untuk merk Acer Aspire di sini ada tiga pilihan yaitu Acer Aspire E3, E5, dan V5</p> <p>Konsumen: Yang Acer Aspire V5, harganya berapaan mbak?</p> <p>SPG: Untuk harga laptop yang itu kebetulan <b>spesifikasinya</b> lebih tinggi dibandingkan dengan laptop seri yang lainnya, dan harganya pun diatas yang lainnya mas sekitar empatjutaan lebih sedikit</p> <p>Konsumen: Pasnya aja berapa mbak, jangan ada kelebihannya lebih bagus mbak</p> <p>SPG: Pasnya empat juta sembilanratus mas...</p> <p>Konsumen: <i>Wah...larang banget je....</i> Bisa dikurangin dikit lagi mb empat setengah gituu</p> <p>SPG: <i>waaahhh...mboten saged mas,Maafnggehmas</i> kalau yang V5 harganya segitu, tapi kalau mau yang harga empat setengah dapat yang E5 nya</p>	<p><b>Merk:</b>tanda yang dikenakan oleh pengusaha sebagai suatu tanda pengenal suatu perusahaan tertentu.</p> <p><b>Spesifikasinya:</b>suatu proses atau cara untuk melakukan pemilihan perincian.</p> <p><b>larang banget je:</b>suatu ungkapan kesal kepada penjual, kalau dalam bahasa Indonesia yang berarti “mahal banget ya?”</p>	<p>campur kode tersebut terjadi karena penyesuaian bahasa mitra tutur.</p>
--	--	--	--

		<p>mas...</p> <p>Konsumen: Wahh tapi saya maunya yang V5 ini mbak</p> <p>SPG: maaf pak tidak bisa,</p> <p>Konsumen: Bagaimana kalau empat juta tujuh ratus mb...</p> <p>SPG: Bentar ya pak...</p> <p>Konsumen: Ya mbak...</p> <p>SPG: Baiklah pak tidak apa-apa , saya ambilkan dulu barangnya...</p> <p>Konsumen: Baik mbak terimakasih...</p>			
4.	1562904	<p>SPG: Selamat sore kak, ada yang bisa dibantu?</p> <p>Konsumen: iya mba ini sedang cari Hp yang Asus mb...</p> <p>SPG: silahkan kak, mari... di lihat dulu kalau begitu, ini ada juga tipe yang lainnya, seperti Acer dan Samsung</p> <p>Konsumen: oh...iya iya mb trimakasih, saya akan melihat dulu semoga ada yang tertarik</p>	<p><b>Selfie:</b>suatu kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan kamera depan Hp untuk melakukan foto-foto, biasanya dilakukan anak-anak atau orang dewasa, tapi kebanyakan yang melakukan wanita ABG.</p> <p><b>Game:</b> suatu program yang dirancang untuk permainan di dalam Hp</p>	Maksud dan kehendak tutur	<p>Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata.</p>

		<p>SPG: banyak modelnya kak, yang bisa untuk <b>selfie</b> dan untuk <b>game</b></p> <p>Konsumen : yang <b>merk</b> Asus ini Keunggulannya apa ya mb?</p> <p>SPG: kalau Asus yang seri ini keunggulannya di <b>batry</b> yang tidak boros, sama <b>performa</b> yang <b>maksimal</b> sehingga tidak mudah panas ketika digunakan, dan juga modelnya yang tipis dibandingkan dengan yang lainnya</p> <p>Konsumen: apa ada mb yang lebih bagus dari ini?</p> <p>SPG: untuk sementara ini Hp ini yang paling bagus kak</p> <p>Konsumen: oh ya... bentar ya mbak tak lihat-lihat dulu</p> <p>SPG: baik pak...</p> <p>Konsumen: sebelumnya bolehkah saya melihat <b>spesifikasinya</b> Hp ini untuk lebih jelasnya mba</p> <p>SPG: oh iya pak, silahkan ini <b>spesifikasinya...</b></p>	<p>dengan tujuan agar tidak bosan dengan Hp pribadinya.</p> <p><b>Batrey</b>:alat untuk menyimpan atau membangkitkan arus listrik.</p> <p><b>Performa</b>:hal yang dilakukan suatu alat tertentu untuk memberikan kenyamanan kepada pemakai, biasanya hal ini bisa memberikan mutu yang baik ketika alat tersebut rajin dibersihkan ataupun diservis</p> <p><b>Maksimal</b>:memperoleh hasil yang terbaik</p> <p><b>Spesifikasi</b>: suatu proses atau cara untuk melakukan pemilihan perincian</p>		
--	--	---	---	--	--

		Konsumen: trimakasih mba			
5.	1562905	<p>Konsumen: maaf mba mau Tanya</p> <p>SPG: iya kak bisa dibantu</p> <p>Konsumen: ada Hp iphone 9?</p> <p>SPG: ada kak, lagi <b>ready stock</b> nih...</p> <p>Konsumen: berapa harganya mba?</p> <p>SPG: lima belas juta kak kalau kakak beli hari ini <b>diskon</b> sepuluh persen jadi tigabelasjutalimaratus</p> <p>konsumen: ya sudah mbak saya beli asal dapat bonus <b>PowerBank</b> yang sepuluhribu <b>MAH</b> ya</p> <p>SPG: baik kak, akan saya beri bonusnya... tapi <b>cash</b> untuk pembayarannya...</p> <p>Konsumen: oke baik, trimakasih</p> <p>SPG: Iya, sama-sama</p>	<p><b>Stock:</b> suatu persediaan barang dagangan, biasanya dilakukan di gudang barang dagangan perusahaan tertentu.</p> <p><b>Ready Stock:</b> hampir sama dengan stock, hanya saja ready stock biasanya persedian barang yang ada dalam toko.</p> <p><b>Diskon:</b> potongan harga, biasanya dilakukan oleh toko-toko yang besar atau diberikan pada hari-hari tertentu.</p> <p><b>Power Bank:</b> sebuah alat kecil yang mudah dibawa kemana-mana yang berfungsi untuk menambah daya pada baterai gadget yang sudah mulai melemah, dimana kita berada dalam posisi jauh stopkontak listrik.</p> <p><b>mAh:</b> memberitahukan</p>	Maksud dan kehendak tutur	Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata.

			<p>kepada kita seberapa banyak arus listrik yang dikeluarkan selama satu jam mAh yang memiliki arti (m: milli ; A:ampere ; h: hour)</p> <p><b>Cash:</b> pembayaran yang dilakukan langsung di tempat pembelian,</p>		
6.	1562906	<p>SPG: selamat siang....Selamat datang di <b>counter</b> kami, Mari kak silahkan dilihat-lihat dahulu...</p> <p>Konsumen: terimakasih</p> <p>SPG: ada yang bisa saya bantu?</p> <p>Konsumen: saya ingin beli laptop</p> <p>SPG: ingin laptop yang buat <b>game</b> atau yang <b>standart</b> aja?</p> <p>Konsumen: yang <b>standart</b> aja mba, tapi saya bingung yang bagus <b>merk</b> apa ya mba</p> <p>SPG: begini mas kalau masalah bagus atau tidaknya itu <b>relative</b> mas, semua <b>merk</b> ada kelebihan dan kekurangannya</p>	<p><b>Counter:</b> tempat yang berukuran kecil atau sedang, yang biasanya dibuat untuk berjualan Hp dan sejenisnya, yang berada di mall atau pusat-pusat perbelanjaan.</p> <p><b>Laptop:</b> computer kecil yang bisa dibawa kemana-mana yang ditempatkan pada pangkuan pengguna.</p> <p><b>Merk:</b>tanda yang dikenakan oleh pengusaha sebagai suatu tanda pengenal suatu perusahaan tertentu.</p> <p><b>Game:</b> suatu program yang dirancang untuk</p>	Maksud dan kehendak tutur	<p>Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata.</p>

	<p>Konsumen: oh begitu ya...</p> <p>SPG: tetapi yang paling laris untuk sekarang merk HP mas</p> <p>Konsumen: saya boleh lihat yang <b>merk</b> Hp itu mba</p> <p>SPG: sebentar ya mas saya ambilkan barangnya dulu</p> <p>Konsumen: iya mba</p> <p>SPG: ini mas silahkan dicoba dahulu</p> <p>Konsumen: fasilitasnya apa aja ya mba</p> <p>SPG: sudah ada <b>WIFI, Bluetooth, memory 2GB, monitor 14 inci</b>, dan masih banyak lagi</p> <p>Konsumen: warnanya hanya hitam saja atau ada yang lainnya mba?</p> <p>SPG: kalau laptop Hp ini sebenarnya ada warna coklat, putih, merah, sama hitam, tapi saat ini yang <b>ready</b> tinggal warna hitam aja mas, yang warna lainnya kehabisan <b>stock</b></p> <p>Konsumen: yah... soalnya saya suka yang</p>	<p>permainan di dalam Hp dengan tujuan agar tidak bosan dengan Hp pribadinya.</p> <p><b>Standart:</b> ukuran sesuatu yang dipakai sebagai patokan</p> <p><b>Merk:</b> tanda yang dikenakan oleh pengusaha sebagai suatu tanda pengenal suatu perusahaan tertentu.</p> <p><b>Relative:</b> tidak mutlak</p> <p><b>WIFI:</b> sebuah media penghantar komunikasi data tanpa kabel yang bisa digunakan untuk komunikasi atau mentransfer data dan program dengan kemampuan yang sangat cepat Wifi merupakan kependekan dari kata Wireless Fidelity.</p> <p><b>Bluetooth:</b> yang mempunyai arti spesifikasi industry untuk jaringan kawasan</p>		
--	--	--	--	--

		<p>warna putih mba,</p> <p>SPG: iya ini mas, mungkin ada yang putih tapi harus nunggu paling cepat sebulan mas, barangnya sudah datang lagi...</p> <p>Konsumen: yaudah deh mba yang warna hitam ini saja lah, daripada bingung nanti saya mau bikin tugas-tugas tapi ada <b>diskon</b> kan mba...</p> <p>SPG: maaf mas, tidak dapat <b>diskon</b> tapi kami memberikan <b>bonusmouse</b> dan pelindung <b>keyboard</b></p> <p>Konsumen: yahhh.... Yaudah deh mb, tidak masalah</p> <p>SPG: jadi ambil yang ini mas?</p> <p>Konsumen: iya mba ambil yang itu saja</p> <p>SPG: kalau begitu sebentar ya mas saya ambilkan barangnya sekalian <b>garansinya</b></p> <p>Konsumen : iya mba</p>	<p>pribadi juga personal tanpa kabel yang berfungsi untuk menukar informasi di antara peralatan elektronik.</p> <p><b>Memory:</b> suatu alat yang dapat menyimpan data pada sebuah computer,laptop atau Hp</p> <p><b>2GB:</b> ukuran memory dengan satuan GigaByte</p> <p><b>monitor:</b> sebuah alat yang berfungsi untuk memberikan tampilan dari laptop atau komputer</p> <p><b>14 inci:</b> ukuran sebuah monitor dengan menggunakan satuan inci</p> <p><b>Ready:</b> yang berarti siap, tapi dalam percakapan tersebut berarti barang yang sudah siap dijual pada pembeli</p> <p><b>Stock:</b> suatu persediaan barang dagangan,</p>		
--	--	--	---	--	--

			<p>biasanya dilakukan di gudang barang dagangan perusahaan tertentu</p> <p><b>Diskon:</b> potongan harga, biasanya dilakukan oleh toko-toko yang besar atau diberikan pada hari-hari tertentu.</p> <p><b>Bonus:</b> tambahan barang yang diberikan secara Cuma-Cuma oleh penjual kepada pembeli</p> <p><b>Mouse:</b> sebuah alat yang berfungsi untuk mengoperasikan computer</p> <p><b>Keyboard:</b> sebuah alat yang berfungsi untuk mengetik di computer yang terdiri dari tombol-tombol huruf, angka, dan tanda baca.</p>		
7.	1570207	<p>SPG: selamat siang. Mari silahkan mampir ke <b>counter</b> kami, Dilihat-lihat <b>produk</b> kami kak...</p> <p>Konsumen: mba...</p>	<p><b>Counter:</b> tempat yang berukuran kecil atau sedang, yang biasanya dibuat untuk berjualan Hp dan sejenisnya, yang</p>	Maksud dan kehendak tutur	Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin

		<p>SPG: iya mba bisa dibantu</p> <p>Konsumen: coba mba <b>powerbank</b> yang itu berapa harganya? Dan berapa <b>kapasitasnya</b>?</p> <p>SPG: oh... kalau yang ini <b>merknya</b> vivo mba lumayan mahal kalau dibandingkan yang lainnya, masalahnya limabelasribu <b>mAh</b> dan terbilang lebih awet dibandingkan yang lainnya serta ada jaminan <b>garansi</b> selama enam bulan.</p> <p>Konsumen: berapa mba harganya?</p> <p>SPG: oh iya... kalau harganya limaratusribu mba</p> <p>Konsumen: iya mba saya yang itu ajalah tapi yang warna putih ya</p> <p>SPG: baiklah mba, sebentar ya mba saya ambilkan barangnya</p> <p>Konsumen: ok mba</p>	<p>berada di mall atau pusat-pusat perbelanjaan.</p> <p><b>Powerbank:</b> sebuah alat kecil yang mudah dibawa kemana-mana yang berfungsi untuk menambah daya pada baterai gadget yang sudah mulai melemah, di mana kita berada dalam posisi jauh stopkontak listrik.</p> <p><b>Merk:</b> tanda yang dikenakan oleh pengusaha sebagai suatu tanda pengenal suatu perusahaan tertentu.</p> <p><b>mAh:</b> memberitahukan kepada kita seberapa banyak arus listrik yang dikeluarkan selama satu jam mAh yang memiliki arti (m: milli ; A:ampere ; h: hour)</p>		<p>menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata.</p>
8.	1570408	<p>Konsumen : mba ada <b>router</b>?</p> <p>SPG: iya mba ada, mau yang <b>merk</b> apa?</p>	<p><b>Router:</b> sebuah alat yang berfungsi untuk memberikan sinyal wifi kepada sebagian teman</p>	Maksud dan kehendak tutur	<p>Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi</p>

	<p>Konsumen: yang apa aja deh mb, yang penting bagus dan tidak boros <b>batrynya</b></p> <p>SPG: kalau gitu smartfren aja ya mba, keunggulannya <b>router</b> ini bisa digunakan untuk <b>maksimal</b> lima pengguna, ini juga bisa dibawa kemana-mana bentuknya yang <b>simple</b> seperti <b>handphone</b>, tidak perlu memakai antena ini itu...hehehe</p> <p>Konsumen: ok deh, tapi itu gag bisa diganti kartu lain ya?</p> <p>SPG: maaf mba kalau untuk yang ini tidak bisa diganti kartu lain</p> <p>Konsumen: tapi saya masih ragu dikawasan rumah saya ada <b>signal</b> atau tidak</p> <p>SPG: oh iya mba, kekurangannya hanya itu tapi kalau untuk smartfren udah bisa digunakan sampai desa kok mba, tapi Cuma tertentu aja signalnya kadang ada kadang tidak, kalau dikawasan DIY sudah menjangkau kok mba</p> <p>Konsumen: gini aja mba, besok kalau jadi saya kembali lagi kesini, saya Tanya sama temen saya yang pakai smartfren dan saya pinjem untuk mengecek <b>signalnya</b> bagus atau tidak di kawasan rumah saya.</p>	<p>yang mau menggunakan wifi tersebut. Biasanya router diterbitkan oleh provider tertentu.</p> <p><b>Signal:</b>sebuah jaringan yang berfungsi untuk memberikan hubungan pada perangkat hp ke internet, sinyal ada beberapa macam yaitu GPRS, EDGE, 3G, HSDPA</p> <p><b>Merk:</b>tanda yang dikenakan oleh pengusaha sebagai suatu tanda pengenal suatu perusahaan tertentu.</p> <p><b>Batrey:</b>alat untuk menyimpan atau membangkitkan arus listrik</p> <p><b>Simple:</b>yang mempunyai berarti mudah</p> <p><b>Signal:</b> sebuah jaringan yang berfungsi untuk memberikan hubungan pada perangkat hp ke internet, sinyal ada beberapa macam yaitu</p>	<p>karena SPG ingin menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata.</p>
--	--	--	--

		<p>SPG: oke mba kalau begitu, kami tunggu kedatangannya kembali</p> <p>Konsumen: baik mba terimakasih informasinya</p> <p>SPG: oke sama-sama</p>	GPRS, EDGE, 3G, HSDPA		
9.	1570209	<p>SPG: mari.....mari kak <b>waterheaternya</b> dengan <b>sistem</b> terbaru dan <b>standart</b> Amerika... Mari mampir Tanya boleh kok....</p> <p>Konsumen: iya mba mau Tanya tentang <b>water heaternya</b></p> <p>SPG: iya pak mari silahkan</p> <p>Konsumen: keunggulannya apa aja ya mba? Kalau nanti cocok saya beli, soalnya yang dirumah juga sudah rusak</p> <p>SPG: oh iya pak, keunggulannya hemat listrik hingga tigapuluhpersen lho pak, serta <b>onderdilnya</b> kalau ada kerusakan bisa langsung diganti tanpa harus <b>inden</b>, tinggal bawa ke <b>outlet</b> kami saja karena kami <b>outlet</b> kami sudah ada di seluruh kota di Indonesia, juga ada <b>garansi</b> mesin pak selama duatahun. Bagaimana pak? Tertarik dengan produk kami? Kalau</p>	<p><b>Waterheather</b>:sebuah alat yang befungsi untuk memanaskan air, biasanya digunakan untuk di kamar mandi dilengkapi dengan shower</p> <p><b>Standart</b>:ukuran sesuatu yang dipakai sebagai patokan</p> <p><b>Inden</b>:pembelian barang dengan cara memesan dan dibayar terlebih dahulu dikarenakan barang yang habis stocknya.</p> <p><b>Outlet</b>:tempat yang berukuran sedang atau besar, yang biasanya dibuat untuk berjualan Hp dan sejenisnya, biasanya tempatnya berada di pinggir jalan</p>	Maksud dan kehendak tutur	Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata.

		<p>bapak tertarik dan ambil sekarang bapak akan mendapatkan potongan harga serta dapat <b>bonus-bonus</b> dari kami.</p> <p>Konsumen: bentar ya mba saya Tanya istri saya dulu, nanti saya kembali kalau istri saya cocok</p> <p>SPG: baik bapak, tapi <b>promo</b> dan <b>bonusnya</b> Cuma sampai besok lho pak, karena <b>eventnya</b> sudah selesai, baik pak kami tunggu kedatangannya kembali. Trimakasih sudah mampir ke <b>stand</b> kami.</p>	<p>raya, atau di kawasan ruko-ruko.</p> <p><b>Event:</b>sebuah acara yang diselenggarakan oleh EO atau sejenisnya</p> <p><b>Stand:</b>tempat berukuran kecil yang tempatnya biasanya di dalam suatu event atau acara tertentu</p>		
10.	1570410	<p>SPG: silahkan mampir ke <b>stand</b> kami, ada ac Panasonic seri alowa dengan <b>sistem</b> yang terbaru mari silahkan</p> <p>Konsumen: itu Panasonic alowa keunggulannya apa ya mb? Dibanding dengan AC yang lain?</p> <p>SPG: oh iya bu, AC ini punya beberapa kelebihan yang dapat memberikan kenyamanan serta ketenangan pemiliknnya, ramah lingkungan juga bu, karena menggunakan <b>sistem</b> Nano-G dan Econavi dengan daya listrik tigaratusduapuluh watt yang tentunya bisa menghemat listrik, serta AC ini menggunakan <b>sensor deteksi</b> yang mampu mendeteksi <b>aktivitas</b> ruangan</p>	<p><b>AC:</b>sebuah alat pendingin yang diukur dengan satuan PK. AC sendiri merupakan kepanjangan dari Air Conditioner</p> <p><b>Sistem:</b> perangkat yang mempunyai unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas</p> <p><b>Watt:</b>satuan tenaga listrik yang diperlukan arus dari satu ampere dan tegangan satu volt</p> <p><b>Sensor:</b>elemen yang mengubah sinyal fisik</p>	Maksud dan kehendak tutur	Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata.

		<p>dalam keadaan kosong atau <b>mendeteksi</b> aktifitas pengguna. <b>Tekhnologi</b> nano-G pada AC ini berfungsi membersihkan udara dari <b>virus</b> dan bakteri. Bagaimana bu dengan penjelasannya? Mungkin ibu tertarik?</p> <p>Konsumen: kelihatannya <b>smart</b> juga ya ini AC</p> <p>SPG: iya bu dicoba saja, ganti AC yang lama dengan yang ini, hehe</p> <p>Konsumen: iya mba tunggu awal bulan pas gajian ya mba</p> <p>SPG: baik ibu saya tunggu kedatangannya di toko kami, karena kami besuk <b>eventnya</b> sudah selesai, jadi ibu kalau nanti tertarik bisa datang ke toko kami yang beralamat di jalan gejayan. Trimakasih ibu sudah mau bertanya dan mampir <b>distand</b> kami.</p>	<p>menjadi sinyal elektronik yang dibutuhkan AC atau alat elektronik lainnya yang dilengkapi dengan sensor.</p> <p><b>Tekhnologi:</b> metode ilmiah yang berfungsi untuk mencapai tujuan praktis</p> <p><b>Smart:</b> yang mempunyai arti Pintar</p> <p><b>Event:</b> sebuah acara yang diselenggarakan oleh EO atau sejenisnya</p> <p><b>Stand:</b> tempat berukuran kecil yang tempatnya biasanya di dalam suatu event atau acara tertentu</p>		
11.	1570411	<p>SPG: mari silahkan bisa dibantu?</p> <p>Konsumen: ada <b>tablet</b> Samsung galaxy tab 2 mba?</p> <p>SPG: ada tapi 2<sup>nd</sup> gag ada yang baru sekarang, gimana?</p> <p>Konsumen: tidak apa-apa mba yang</p>	<p><b>Tablet:</b> tablet disini yang bermaksud sebuah alat elektronik yang bentuknya dan fungsinya sama seperti Hp tapi hanya layarnya yang lebih besar</p> <p><b>Memory:</b> suatu alat yang dapat menyimpan</p>	Maksud dan kehendak tutur	Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi

		<p>penting galaxy tab2, aku suka <b>memorynya</b> yang besar soalnya.</p> <p>SPG: bentar ya mba saya ambilkan dahulu, soalnya di <b>counter</b> bawah</p> <p>Konsumen: iya mba, tapi berapa ya harganya?</p> <p>SPG: satusetengahjuta mba</p> <p>Konsumen: satukomatiga aja ya mba hehe</p> <p>SPG: yasudah deh gak apa-apa mba...</p>	<p>data pada sebuah computer,laptop atau Hp</p> <p><b>Counter:</b> tempat yang berukuran kecil atau sedang, yang biasanya dibuat untuk berjualan Hp dan sejenisnya, yang berada di mall atau pusat-pusat perbelanjaan.</p>		<p>pada tataran kata.</p>
12.	1570412	<p>SPG: mari...silahkan...mampir ke <b>counter</b> kami, mari...</p> <p>Konsumen: mba, ada Hp yang kameranya bagus? Untuk anak saya, dia suka <b>selfie</b> katanya</p> <p>SPG: oh iya pak saya <b>merekomendasikan</b> anak bapak dikasih yang <b>merk</b> oppo saja pak, soalnya kalau buat <b>selfie</b> sudah bagus dengan kamera depan <b>3MP</b> dan belakang <b>8MP</b> serta sudah bisa buat <b>game-game</b> yang saat ini lagi <b>booming</b> pak.</p> <p>Konsumen: berapa mba harganya? Jangan mahal-mahal ya mba hehe</p> <p>SPG: duakomatigajuta pak</p>	<p><b>Counter:</b>tempat yang berukuran kecil atau sedang, yang biasanya dibuat untuk berjualan Hp dan sejenisnya, yang berada di mall atau pusat-pusat perbelanjaan.</p> <p><b>Selfie:</b>suatu kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan kamera depan Hp untuk melakukan foto-foto, biasanya dilakukan anak-anak atau orang dewasa, tapi kebanyakan yang</p>	<p>Maksud dan kehendak tutur, keterbatasan penguasaan kode, dan kebiasaan mitra tutur</p>	<p>Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menegaskan tuturannya dan konsumen banyak menanyakan tentang produk yang ditawarkan SPG. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata dank arena factor kebiasaan, yaitu penyebutan kata</p>

		<p>Konsumen: wah.... Mahal ya mba, mbok yang <i>sejutaan wae</i> lah mba buat anak-anak <i>ben ra nangis we...</i></p> <p>SPG: kalau begitu oppo yang tipe lainnya saja ya pak, yang harganya sejutaan</p> <p>Konsumen: <i>pas e piro</i> mba?</p> <p>SPG: satukomatiga pak</p> <p>Konsumen: iyasudah mba yang itu aja</p> <p>SPG: baik pak, mohon ditunggu saya ambilkan barangnya.</p>	<p>melakukan wanita ABG.</p> <p><b>Merk:</b>tanda yang dikenakan oleh pengusaha sebagai suatu tanda pengenal suatu perusahaan tertentu.</p> <p><b>3MP:</b>ukuran kamera hp dengan satuan MegaPixel</p> <p><b>8MP:</b>ukuran kamera hp dengan satuan MegaPixel</p> <p><b>Game:</b>suatu program yang dirancang untuk permainan di dalam Hp dengan tujuan agar tidak bosan dengan Hp</p> <p><b>Booming:</b>suatu peristiwa yang sedang ngetren diperbincangkan</p> <p><b>Wae lah:</b>suatu ungkapan kecewa kepada penjual, kalau dalam bahasa Indonesia yang berarti “ya sudahlah”</p> <p><b>Nangis we:</b>suatu ungkapan pasrahkalau</p>		<p>kekerabatan dalam Bahasa Jawa.</p>
--	--	--	---	--	---------------------------------------

			<p>dalam bahasa Indonesia yang berarti “nangis aja”</p> <p><b>Pas e piro mbak:</b>suatu ungkapan penawaran kepada penjual, kalau dalam bahasa Indonesia yang berarti “pas nya berapa mbak?”</p>		
13.	70513	<p>SPG: mari kak dilihat <b>softcasenya</b> lagi <b>promo</b> beli satu dapat dua khusus hari ini</p> <p>Konsumen: oh iyaa...berapaan mba?</p> <p>SPG: tigapuluhlima ribuan kak</p> <p>Konsumen: tapi kok <b>modelnya</b> lama ya mba? Gag <b>model</b> yang jaman sekarang gitu lhoo</p> <p>SPG: ada juga kok yang <b>model</b> terbarunya kak, mau saya bantu ambikan?</p> <p>Konsumen: besuk-besuk saja mba kalau dah bosan dengan yang ini</p> <p>SPG: mumpung <b>diskon</b> lho kak hari ini</p> <p>Konsumen: maaf mba gag jadi aja</p> <p>SPG: trimakasih kak.</p>	<p><b>Softcase:</b>sebuah alat yang bisa untuk melindungi Hp dari goresan atau benturan-benturan.</p> <p><b>Promo:</b>barang yang biasanya dijual banting harga, karena barang yang sudah tidak model lagi</p> <p><b>Diskon:</b>potongan harga, biasanya dilakukan oleh toko-toko yang besar atau diberikan pada hari-hari tertentu.</p>	Maksud dan kehendak tutur	Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata.

14.	1570514	<p>SPG: mari mba, silahkan lihat-lihat dulu mba. Mau cari Hp yang <b>merk</b> apa mba?</p> <p>Konsumen: ya mba... saya mau cari Hp yang android yang bisa bbman dan wa an gitu mb tapi <b>budged</b> saya hanya satujutaan.</p> <p>SPG: ada kok, mau yang <b>merk</b> apa mb?</p> <p>Konsumen: kalau ada sih yang <b>merk</b> Samsung tapi dengan harga yang itu tadi hehe</p> <p>SPG: ada mba ini ada Samsung galaxy v harganya satukomaduajuta mba, <b>fiturnya</b> juga sudah lengkap kok</p> <p>Konsumen: Oh...Ya... aku ambil deh mba yang itu aja mba</p>	<p><b>Merk:</b> tanda yang dikenakan oleh pengusaha sebagai suatu tanda pengenal suatu perusahaan tertentu</p> <p><b>Budget:</b> yang dimaksud budget disini uang yang pas-pas an</p> <p><b>Fitur:</b> fungsi atau kemampuan khusus yang ada pada sebuah alat</p>	Maksud dan kehendak tutur	<p>Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menegaskan tuturannya dan konsumen menanyakan produk yang dicari kepada SPG. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata.</p>
15.	1570515	<p>SPG: mari silahkan mampir ada hp <b>bonuspowerbank</b>, mari silahkan dilihat dulu.</p> <p>Konsumen: Hp apa kak <b>merknya</b>?</p> <p>SPG: ini kak vivo</p> <p>Konsumen: harganya berapa ya kak?</p>	<p><b>Power Bank:</b> sebuah alat kecil yang mudah dibawa kemana-mana yang berfungsi untuk menambah daya pada baterai gadget yang sudah mulai melemah, di mana kita berada dalam posisi jauh stopkontak listrik.</p>	Maksud dan kehendak tutur	<p>Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi karena SPG ingin menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata.</p>

		<p>SPG: duajutaan kak</p> <p>Konsumen: vivo <b>made in</b> mana ya kak?</p> <p>SPG: ini dari cina tapi <b>kwalitas</b> bagus kak</p> <p>Konsumen: bonusnya <b>powerbank</b> yang berapa <b>Mah</b> ya kak</p> <p>SPG: limaribu <b>MAH</b> kak...ini hp nya bisa dicoba-coba kak, moga aja tertarik ingin beli</p> <p>Konsumen: sepertinya jangan sekarang kak, lagi <b>bokek</b>...</p> <p>SPG: bisa <b>kredit</b> juga kok kak, hanya dengan kartu mahasiswa aja syaratnya</p> <p>Konsumen: gag lah kak, maaf ya kak</p> <p>SPG: baiklah trimakasih kak atas kunjungannya...</p>	<p><b>Merk:</b>tanda yang dikenakan oleh pengusaha sebagai suatu tanda pengenal suatu perusahaan tertentu.</p> <p><b>Made in:</b>sesuatu yang telah dibuat, biasanya digunakan pada produk dari Negara asal</p> <p><b>mAh:</b>memberitahukan kepada kita seberapa banyak arus listrik yang dikeluarkan selama satu jam mAh yang memiliki arti (m: milli ; A:ampere ; h: hour)</p> <p><b>Kredit:</b>pembayaran secara tidak tunai, yang cara pengembaliannya dengan cara mengangsur</p>		
16.	1570516	<p>SPG: Mari Silahkan HP <b>Smartphonenya</b>?</p> <p>Konsumen: Mari anda HP <b>merk</b> Samsung?</p>	<p><b>Merk:</b>tanda yang dikenakan oleh pengusaha sebagai suatu tanda pengenal</p>	<p>Maksud dan kehendak tutur, keterbatasan penguasaan kode,</p>	<p>Pada peristiwa tutur tersebut, peristiwa campur kode terjadi</p>

		<p>SPG: Yang <i>seri</i> apa mbak?</p> <p>Konsumen: Samsung GT-E 1195.</p> <p>SPG: Wah... sudah nggak ada mbak? Yang ini aja mbak <i>model</i> terbaru yang hape smartphone <i>merk</i> Oppo atau Azus, ini bisa dicoba silahkan mbak?</p> <p>Konsumen: yang ini harganya berapa?</p> <p>SPG: Murah kok mbak Cuma 1 jutaan mumpung <i>promo</i></p> <p>Konsumen: Fasilitasnya apa mbak?</p> <p>SPG: O...<i>spesifikasinya</i> ya mbak. Android 442 Kitkat dualcore Quad core. Gratis <i>service</i> antar jemput.</p> <p>Konsumen: Mbak...itu kalau di <i>chargerbaterainya</i> bisa bertahan berapa lama?</p> <p>SPG: Itu buat <i>BBMan</i> dan Sosial Media bisa bertahan 4 jam, tapi untuk main <i>game</i> 2 sampai 3 jam.</p> <p>Konsumen: Bisa <i>kredit</i> tidak mbak?</p>	<p>suatu perusahaan tertentu.</p> <p><b>Promo:</b>barang yang biasanya dijual banting harga, karena barang yang sudah tidak model lagi</p> <p><b>Charger:</b>ungkapan untuk mengisi daya baterai gadget yang sudah habis.</p> <p><b>Batery:</b>alat untuk menyimpan atau membangkitkan arus listrik</p> <p><b>Kredit:</b>pembayaran secara tidak tunai, yang cara pengembaliannya dengan cara mengangsur</p> <p><b>Cash:</b>pembayaran dengan cara tunai</p> <p><b>Ngechas:</b>ungkapan dalam bahasa jawa "ngechas"yang dimaksud disini adalah "ngecharge" yang berarti ungkapan untuk mengisi daya baterai gadget yang sudah</p>	<p>dan kebiasaan mitra tutur</p>	<p>karena SPG ingin menegaskan tuturannya. Campur kode tersebut terjadi pada tataran kata dank arena faktor kebiasaan, yaitu penyebutan kata kekerabatan dalam bahasa Jawa.</p>
--	--	--	---	----------------------------------	---

	<p>SPG: Maaf kalau ini tidak bisa <b>kredit</b> tapi <b>cash</b></p> <p>Konsumen: Untuk awalnya perlu <b>dicharger</b> berapa lama mbak?</p> <p>SPG: Ini HP Smartphone terbaru kalau masalah <b>ngecharger</b> tidak masalah</p> <p>Konsumen: Oke mbak makasih saya ngambil yang ini</p> <p>SPG: Oke mbak. Terimakasih kembali.</p>	habis.		
--	---	--------	--	--