

## ALIH KODE DALAM PERCAKAPAN BISNIS DI PASAR ANDALAS KOTA GORONTALO

*Asna Usman Dilo*

**Dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo**

Email: [Asnadilo77@iaingorontalo.ac.id](mailto:Asnadilo77@iaingorontalo.ac.id)

---

**Keywords:**

*Code Switching, Code Mixing,  
Business Conversation*

---

**ABSTRACT**

*In general, bilingualism is interpreted as code switching and code mixing in sociolinguistics as the use of two languages by a speaker in his interaction with other people alternately. In business conversations, traders often use code switching and code mixing for their business interests. The purpose of this study is to describe the process of code-switching or code-mixing that occurs and the effect of its use in merchant business conversations and in Pasar Andalas, Gorontalo City. Data collection techniques using observation, interviews and questionnaires. Data analysis used simple regression analysis. The results of the study show that code mixing most often occurs at the level of words and phrases. From the results of interviews, there are several factors that traders tend to do code mixing, namely: (1) Speaker, (2) Speech partner, (3) Presence of Third Speaker (4) Main Conversation, (5) to generate a sense of humor, (6) to just prestigious. Overall, speakers often do code mixing and code switching with the aim of familiarizing the atmosphere.*

**Kata Kunci:**

Alih Kode, Campur kode, Percakapan Bisnis

---

**ABSTRAK**

Alih kode dan campur kode secara sosiolinguistik secara umum bilingualisme diartikan sebagai penggunaan dua bahasa oleh seorang penutur dalam pergaulannya dengan orang lain secara bergantian. Dalam percakapan bisnis, pedagang sering menggunakan alih kode dan campur kode untuk kepentingan bisnis mereka. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan proses alih kode atau campur kode terjadi dan pengaruh penggunaannya dalam percakapan bisnis pedagang dan di Pasar Andalas Kota Gorontalo. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuisioner. Analisis data yang digunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa campur kode paling sering terjadi pada tataran kata dan frasa. Dari hasil wawancara, ada beberapa faktor para pedagang cenderung melakukan campur kode adalah : (1) Penutur , (2) Mitra tutur, (3) Hadirnya Penutur Ketiga (4) Pokok Pembicaraan, (5) untuk membangkitkan rasa humor, (6) untuk sekedar bergengsi. Secara keseluruhan penutur sering melakukan campur kode dan alih kode dengan tujuan untuk mengakrabkan suasana.

---

## PENDAHULUAN

Bahasa memegang peranan penting dalam kehidupan bermasyarakat yakni sebagai sarana komunikasi. Tanpa bahasa dapat dipastikan bahwa segala macam kegiatan berinteraksi dalam masyarakat akan lumpuh. Mengingat pentingnya bahasa dalam menjalankan segala aktivitas sehari-hari, tentu setiap anggota masyarakat selalu terlibat dalam komunikasi, baik bertindak sebagai komunikator (pembicara) maupun sebagai komunikan (penyimak). Peristiwa-peristiwa komunikasi yang berlangsung tersebut dapat dijadikan tempat atau media untuk mengungkapkan ide, gagasan, isi pikiran, maksud, realitas, dan sebagainya. Dengan demikian, bahasa digunakan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan atau maksud pembicara kepada pendengar (Nababan, 1984:66). Bahasa menjadi salah satu media yang paling penting dalam komunikasi baik secara lisan maupun tulis.

Semua manusia di dunia menggunakan bahasa, karena melalui bahasa mereka bisa mengungkapkan maksud kepada lawan bicara agar lawan bicara tersebut dapat mengerti. Namun bahasa terbagi menjadi dua, yaitu bahasa resmi atau biasa disebut bahasa baku dan bahasa tak resmi atau bahasa nonbaku. Dalam penggunaannya harus dibedakan cara pemakaiannya dengan memperhatikan situasinya. Yaitu, siapa lawan bicaranya, dimana, dan kapan digunakan. Bahasa baku cenderung digunakan pada situasi resmi, misalnya dalam situasi rapat, situasi belajar mengajar, surat menyurat dinas dan sebagainya, sedangkan bahasa nonbaku umumnya digunakan sebagai bahasa sehari-hari dengan catatan situasinya lebih santai dan tidak resmi.

Karena bahasa merupakan sarana dalam berkomunikasi maka setiap orang berusaha untuk berkomunikasi dengan sempurna dan selengkap mungkin. Setiap orang berasumsi bahwa setiap kata yang digunakan merujuk pada hal yang sama. Akan tetapi, kita lupa bahwa komunikasi adalah satu masalah yang berkaitan dengan pemahaman. Untuk menghindari pemahaman yang keliru dan ketidaktepatan dalam komunikasi maka Ogden dan Richards dalam Rahardi menyarankan bahwa untuk menghindari perangkat ketidaktepatan dalam berkomunikasi ialah merujuk pada symbol ke benda diluar dan di alam raya ini. Dengan demikian kita memantapkan proses komunikasi <sup>1</sup>.

Dalam berkomunikasi setiap penutur harus selalu waspada terhadap fakta bahwa setiap kata mempunyai abstraksi sendiri. Oleh karena setiap kata mempunyai abstraksi dan makna yang selalu berhubungan dengan pengalaman, maka komunikasi kita hanya sampai pada mendekati dan tidak sempurna dan lengkap. Agar komunikasi dapat sempurna dan lengkap diperlukan analisis semantik. Analisis semantik sangat penting dalam hubungannya dengan bahasa sebagai sarana komunikasi. Masyarakat dalam hal ini sipenutur selalu menggunakan dua bahasa untuk berkomunikasi seperti bahasa daerah dan bahasa Indonesia atau bahasa Indonesia yang dipengaruhi oleh

---

<sup>1</sup>Rahardi, Kunjana. 2001. *Sosiolinguistik, Kode dan Alih Kode*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset,. P.17

dialek Manado yang selalu diucapkan oleh orang Gorontalo. Masyarakat penutur dibagi dua yakni penutur tertutup dan penutur terbuka.

Masyarakat tutur yang tertutup, yang tidak tersentuh oleh masyarakat tutur lain, entah karena letaknya yang jauh terpencil atau karena sengaja tidak mau berhubungan dengan masyarakat tutur lain maka masyarakat tutur itu akan menjadi masyarakat tutur yang statis dan tetap menjadi masyarakat tutur yang monolingual komunikasi.<sup>2</sup> Sebaliknya, masyarakat tutur yang terbuka artinya yang mempunyai hubungan dengan masyarakat tutur lain, tentu siapa yang mengalami disebut kontak bahasa dengan segala peristiwa-peristiwa kebahasaan sebagai akibatnya. Peristiwa-peristiwa kebahasaan yang mungkin terjadi sebagai akibat adanya kontak bahasa itu adalah apa yang ada di dalam sosiolinguistik disebut *bilingualisme*, *diglosia*, *alih kode*, *campur kode*, *interferensi*, *integrasi*, *konvergensi* dan *pergeseran bahasa*. Alih kode itu berkaitan erat dengan konteks situasi, yakni suasana yang mewadahi kode itu sendiri. Suasana yang dimaksud mencakup dua hal yaitu *setting* sosial dan *setting* kultural.<sup>3</sup>

Soewito membedakan adanya dua macam alih kode yaitu alih kode interen dan alih kode eksteren, yang dimaksud alih kode interen adalah alih kode yang berlangsung antarbahasa sendiri seperti dari bahasa Indonesia (BI) ke bahasa Gorontalo atau sebaliknya. Sedangkan alih kode ekstern terjadi antara bahasa sendiri dengan bahasa asing (BA). Masyarakat Gorontalo bersifat majemuk. Kemajemukan itu semakin dipacu dan ditopang oleh kenyataan selalu bertemu dan berinteraksinya warga masyarakat itu dengan warga dari masyarakat lain dalam segala bentuk kegiatan. Dalam bidang bahasa, kenyataan itu membawa akibat semakin bervariasinya kode-kode yang dimiliki dan dikuasai oleh anggota masyarakat itu.

Dalam kegiatan bisnis dalam hal ini bagi para pedagang di pasar sentral kemajemukan tersebut membawa warna tersendiri bagi mereka. Para pedagang berinteraksi dengan pembeli ataupun sesama pedagang dengan menggunakan bahasa Indonesia ataupun bahasa daerah untuk lebih mempererat kerjasama atau mendapatkan pelanggan / pembeli lebih banyak. Tetapi tidak mengabaikan etika berbisnis lainnya seperti pelayanan dan penjiwaan kualitas serta harga.

## LANDASAN TEORI

### Campur Kode

Istilah *bilingualisme* (Inggris: *bilingualism*) dalam bahasa Indonesia disebut juga *kedwibahasaan*. Dari istilahnya secara harfiah sudah dapat dipahami apa yang dimaksud dengan bilingualisme itu, yaitu berkenaan dengan penggunaan dan bahasa atau dua kode bahasa. Secara sosiolinguistik secara umum bilingualisme diartikan sebagai penggunaan dua bahasa oleh seorang penutur dalam pergaulannya dengan orang lain

---

<sup>2</sup>Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta, 1995. P.111

<sup>3</sup>Kunjana, *ppo.cit.*, p.2

secara bergantian<sup>4</sup>. Untuk dapat menggunakan dua bahasa tentunya seseorang harus menguasai kedua bahasa itu. Pertama, bahasa ibunya sendiri atau bahasa pertamanya (disingkat B1) dan yang kedua adalah bahasa lain yang menjadi bahasa keduanya (disingkat B2).

Bloomfield dalam bukunya yang terkenal *Language* mengatakan bahwa *bilingualisme* adalah kemampuan seorang penutur untuk menggunakan dua bahasa dengan sama baiknya<sup>5</sup>. Jadi, menurut Bloomfield ini seseorang disebut bilingual apabila dapat menggunakan Bahasa pertama dan Bahasa kedua dengan derajat yang sama baiknya. Namun, Menurut Hugen selanjutnya seorang bilingual tidak perlu secara aktif menggunakan kedua bahasa itu tetapi cukup kalau bisa memahaminya saja. Haugen juga mengatakan mempelajari bahasa kedua, apalagi bahasa asing, tidak akan sendirinya akan memberi pengaruh terhadap bahasa aslinya. Lagi pula seorang yang mempelajari BA maka kemampuan BA-nya atau B2-nya akan selalu berada pada posisi di bawah penutur asli bahasa.

### **Alih Kode yang terjadi dalam wacana percakapan.**

#### **1. Pengertian Kode**

Istilah kode dipakai untuk menyebut salah satu varian di dalam hierarki kebahasaan, sehingga selain kode yang mengacu kepada bahasa (seperti bahasa Inggris, Belanda, Jepang, Indonesia), juga mengacu kepada variasi bahasa, seperti varian regional (bahasa Jawa dialek Banyuwang, Jogja-Solo, Surabaya), juga varian kelas sosial disebut dialek sosial atau sosiolek (bahasa Jawa halus dan kasar), varian ragam dan gaya dirangkum dalam laras bahasa (gaya sopan, gaya hormat, atau gaya santai), dan varian kegunaan atau register (bahasa pidato, bahasa doa, dan bahasa lawak). Kenyataan seperti di atas menunjukkan bahwa hierarki kebahasaan dimulai dari bahasa/language pada level paling atas disusul dengan kode yang terdiri atas varian, ragam, gaya, dan register.

#### **2. Alih Kode**

Alih kode (code switching) adalah peristiwa peralihan dari satu kode ke kode yang lain. Misalnya penutur menggunakan bahasa Indonesia beralih menggunakan bahasa Jawa. Alih kode merupakan salah satu aspek ketergantungan bahasa (language dependency) dalam masyarakat multilingual. Dalam masyarakat multilingual sangat sulit seorang penutur mutlak hanya menggunakan satu bahasa. Dalam alih kode masing-masing bahasa masih cenderung mendukung fungsi masing-masing dan masing-masing fungsi sesuai dengan konteksnya. Appel memberikan batasan alih kode sebagai gejala peralihan pemakaian bahasa karena perubahan situasi.

---

<sup>4</sup>Mackey, W.P. 1970. "The Description Of Bilingualism" dalam J.A. Fishman (Ed.) p. 75

<sup>5</sup>Bloomfield, Leonard. 1933. *Language*. New York: Hold, Rinehard and Winston, p. 36

### 3. Campur Kode

Campur kode (code-mixing) terjadi apabila seorang penutur menggunakan suatu bahasa secara dominan mendukung suatu tuturan disisipi dengan unsur bahasa lainnya. Hal ini biasanya berhubungan dengan karakteristik penutur, seperti latar belakang sosil, tingkat pendidikan, rasa keagamaan. Biasanya ciri menonjolnya berupa kesantiaian atau situasi informal. Namun bisa terjadi karena keterbatasan bahasa, ungkapan dalam bahasa tersebut tidak ada padanannya, sehingga ada keterpaksaan menggunakan bahasa lain, walaupun hanya mendukung satu fungsi. Campur kode termasuk juga konvergense kebahasaan (linguistic convergence).

Campur kode dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Campur kode ke dalam (innercode-mixing). Campur kode yang bersumber dari bahasa asli dengan segala variasinya.
2. Campur kode ke luar (outer code-mixing): campur kode yang berasal dari bahasa asing.

Latar belakang terjadinya campur kode dapat digolongkan menjadi dua, yaitu;1) sikap (attitudinal type) latar belakang sikap penutur, 2) kebahasaan (linguistik type) latar belakang keterbatasan bahasa, sehingga ada alasan identifikasi peranan, identifikasi ragam, dan keinginan untuk menjelaskan atau menafsirkan.

Dengan demikian campur kode terjadi karena adanya hubungan timbal balik antara peranan penutur, bentuk bahasa, dan fungsi bahasa. Sedangkan beberapa campur kode adalah, penyisipan kata, penyisipan frasa, penyisipan klausa, penyisipan ungkapan atau idiom, penyisipan bentuk baster (gabungan pembentukan asli dan asing).

Di dalam suatu keadaan berbahasa lain ialah bilamana orang mencampur dua bahasa atau ragam bahasa dalam suatu tindak bahasa menuntut percampuran bahasa itu. Dalam keadaan demikian hanya kesantiaian penutur dan atau kebiasaannya yang dituruti, tindak bahasa yang demikian kita sebut campur kode. Di Indonesia campur kode ini sering sekali terdapat dalam keadaan berbincang-bincang yang dicampur ialah bahasa Indonesia dengan bahasa daerah. Jikalau orang itu ‘terpelajar’, kita dapat juga melihat campur kode antara bahasa Indonesia (atau bahasa daerah) dengan bahasa asing (Nababan, 1984 : 32).

Selanjutnya Nababan (1984) menjelaskan bahwa ciri yang menonjol dalam campur kode ini ialah situasi informal. Dalam situasi berbahasa yang formal, jarang terdapat campur kode. Kalaupun terdapat campur kode dalam keadaan demikian, hal itu disebabkan karena tidak ada istilah atau ungkapan yang tepat dalam bahasa yang sedang dipakai. Sehingga perlu memakai kata atau ungkapan dari bahasa asing: dalam bahasa tulisan, hal ini kita nyatakan dengan mencetak miring atau menggaris bawahi kata/ungkapan bahasa asing yang bersangkutan. Kadang-kadang terdapat juga campur kode ini bila pembicaraan ingin memerlukan “keterpelajarannya’ atau “kedudukannya”.

Campur Kode (CK) merupakan salah satu aspek dari ketergantungan bahasa dalam masyarakat bilingual/multilingual. Ciri ketergantungan itu ditandai oleh adanya hubungan timbal balik antara fungsi dan peran kebahasaan. Peran menunjukkan siapa

yang menggunakan bahasa itu, yang ditandai oleh latar belakang sosial penutur, tingkat pendidikan, dan sebagainya. Sedangkan fungsi menunjukkan apa yang hendak dicapai penutur dengan campur kode dan sejauh mana bahasa yang dipakai memberikan peluang untuk bercampur kode.

Merujuk pada pendapat dari landasan teori di atas, ter bahwa campur kode adalah sebuah kode utama atau kode dasar yang digunakan dan memiliki fungsi keotonomiannya. Seorang penutur misalnya, yang dalam bahasa Indonesia banyak menyelipkan serpihan-serpihan bahasa lain, termasuk bahasa asing, bisa dilakukan bahwa dia telah melakukan campur kode.

### **Persamaan dan Perbedaan Alih Kode dan Campur Kode**

Persamaan alih kode dan campur kode adalah kedua peristiwa ini lazim terjadi dalam masyarakat multilingual dalam menggunakan dua bahasa atau lebih. Namun terdapat perbedaan yang cukup nyata, yaitu alih kode terjadi dengan masing-masing bahasa yang digunakan masih memiliki otonomi masing-masing, dilakukan dengan sadar, dan disengaja, karena sebab-sebab tertentu sedangkan campur kode adalah sebuah kode utama atau kode dasar yang digunakan memiliki fungsi dan otonomi, sedangkan kode yang lain yang terlibat dalam penggunaan bahasa tersebut hanyalah berupa serpihan (pieces) saja, tanpa fungsi dan otonomi sebagai sebuah kode. Unsur bahasa lain hanya disisipkan pada kode utama atau kode dasar. Sebagai contoh penutur menggunakan bahasa dalam peristiwa tutur menyisipkan unsur bahasa Manado, sehingga tercipta bahasa Indonesia keManadoan.

Apabila dalam suatu peristiwa tutur klausa atau frasa yang digunakan terdiri atas kalusa atau frasa campuran (hybrid clauses/hybrid phrases) dan masing-masing klausa atau frasa itu tidak lagi mendukung fungsinya sendiri disebut sebagai campur kode.

### **Percakapan Bisnis**

Percakapan atau Komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan pesan atau informasi diantara dua orang atau lebih dengan harapan terjadinya pengaruh yang positif atau menimbulkan efek tertentu yang diharapkan. Komunikasi adalah persepsi dan apresiasi. Komunikasi bisnis melibatkan pertukaran informasi yang terus-menerus. Ini merupakan sebuah proses terus-menerus. Lebih banyak bisnis diperluas, lebih besar tekanannya pada bisnis tersebut untuk menemukan cara komunikasi yang lebih efektif – bersama para pekerja dan dengan dunia di luar. Dengan demikian, bisnis dan komunikasi berjalan bergandengan tangan.

Tanpa komunikasi bisnis yang efektif, seorang manajer tidak dapat melaksanakan fungsi-fungsi dasar dari manajemen secara efisien. Komunikasi ini merupakan darah kehidupan dari sebuah organisasi.

Untuk komunikasi yang baik di dalam bisnis, kita harus memperhatikan hal-hal berikut:

- Setiap komunikasi di dalam bisnis, apakah itu tertulis atau lisan, harus disusun secara logis, misalnya ia harus memiliki permulaan yang baik, pokok (isi) yang baik, dan akhir yang efektif. Sebagai surat bisnis atau pidato bisnis, komunikasi harus

dimulai dengan cara sedemikian rupa sehingga pendengar menjadi sangat tertarik dan memberikan perhatian kepada pesan tersebut.

- Isi dari komunikasi harus menyampaikan pesan inti komunikasi.
- Komunikasi harus berakhir dengan cara sedemikian rupa sehingga pendengar mengetahui apa yang diharapkan dari komunikasi tersebut dan mereka mendapatkan pemahaman dari pesan yang disampaikan tersebut.
- Cara komunikasi yang benar harus digunakan – cara yang memperhitungkan waktu acuan dan kendala-kendala biaya. Pilihan saluran komunikasi yang tepat juga bergantung pada banyaknya formalitas yang diperlukan dan kecepatan umpan balik yang dibutuhkan.
- Komunikasi harus jelas dan ringkas. Penggunaan kata-kata yang tidak jelas harus dihindari. Pilihan kata-kata harus sedemikian rupa sehingga dapat mengatasi perbedaan-perbedaan budaya.
- Komunikasi bisnis harus mempengaruhi dan persuasif.
- Komunikasi harus sopan. Perilaku sopan dan penuh perhatian merupakan inti dari komunikasi bisnis.
- Bahasa tubuh yang positif harus digunakan. Sebagai contoh, selama pertemuan dan wawancara, sering mempertahankan kontak mata, memberikan senyuman yang menyenangkan, membuat semuanya merasa senang, dsb.

Umpan balik adalah komponen integral dari komunikasi. Tanpa umpan balik, akan menjadi tidak mungkin untuk mengetahui apakah penerima pesan telah memahami pesan yang disampaikan dalam istilah-istilah yang sama seperti yang dimaksud. Mencoba menggunakan lebih banyak “Anda” daripada “Saya”. Pendengar atau penerima pesan harus diberi arti penting.

Menjadi pendengar yang aktif. Kualitas komunikasi bertambah baik jika seseorang menjadi pendengar yang baik. Seseorang harus mendengarkan secara positif, harus berpikiran terbuka dan penuh perhatian. Fakta-fakta harus tidak menjadi parsial, fakta-fakta harus lengkap. Penerima pesan dapat menjadi bingung atau dapat mengambil tindakan yang salah jika fakta-fakta tidak lengkap. Fakta-fakta harus baru dan tidak ketinggalan jaman.

Disamping pokok-pokok dari proses komunikasi ini seseorang juga harus mau mengatasi rintangan-rintangan yang dapat mempengaruhi proses komunikasi.

Ada lima komponen penting untuk diperhatikan dalam proses komunikasi, yaitu : Pengirim pesan (sender atau komunikator), Pesan yang dikirimkan (message), Bagaimana pesan tersebut disampaikan (delivery channel atau media), Penerima pesan (receiver atau komunikan); dan Umpan balik (feedback) atau effect.

Untuk dapat mengembangkan kemampuan dalam berkomunikasi secara efektif, baik secara personal maupun professional paling tidak kita harus menguasai empat jenis keterampilan dasar dalam berkomunikasi, yaitu : menulis, membaca, berbicara; dan mendengar.

Disadari ataupun tidak, setiap hari kita melakukan, paling tidak, satu dari keempat hal tersebut diatas dengan lingkungan kita. Seperti juga pernafasan, komunikasi sering dianggap sebagai suatu kejadian otomatis dan terjadi begitu saja, sehingga seringkali kita tidak memiliki kesadaran untuk melakukannya secara efektif.

Aktivitas komunikasi adalah aktivitas rutin serta otomatis dilakukan, sehingga kita tidak pernah mempelajarinya secara khusus, seperti bagaimana menulis ataupun membaca secara cepat dan efektif ataupun berbicara secara efektif serta menjadi pendengar yang baik.

Menurut Stephen Covey, komunikasi merupakan keterampilan yang penting dalam hidup manusia. Unsur yang paling penting dalam berkomunikasi adalah bukan sekedar apa yang kita tulis atau yang kita katakan, tetapi karakter kita dan bagaimana kita menyampaikan pesan kepada penerima pesan. Penerima pesan tidak hanya sekedar mendengar kalimat yang disampaikan tetapi juga membaca dan menilai sikap kita. Jadi syarat utama dalam komunikasi yang efektif adalah karakter kokoh yang dibangun dari fondasi etika serta integritas pribadi yang kuat.

Tidak peduli seberapa berbakatnya seseorang, betapapun unggulnya sebuah tim atau seberapapun kuatnya kasus hukum, keberhasilan tidak akan diperoleh tanpa penguasaan keterampilan komunikasi yang efektif. Keterampilan melakukan komunikasi yang efektif akan berperan besar dalam mendukung pencapaian tujuan dari seluruh aktivitas. Untuk dapat melakukan komunikasi yang efektif, maka kemampuan untuk mengirimkan pesan atau informasi yang baik, kemampuan untuk menjadi pendengar yang baik, serta keterampilan menggunakan berbagai media atau alat audio visual merupakan bagian yang sangat penting. Komunikasi seringkali terganggu atau bahkan dapat menjadi buntu sama sekali.

### **Proses Komunikasi**

Komunikasi sebagai proses individu/ seseorang yang mengirimkan stimulus (biasanya dalam bentuk verbal/ kata kata) untuk memberikan pengaruh atau memodifikasi tingkah laku orang lain (Sosiolog Hovland, Janis dan Kelley, dan Ruben) kata- Sosiolog Kelley, Ruben). Proses pertukaran ide, cerita, informasi atau pandangan tentang dunia yang terjadi diantara dua orang atau lebih melalui komunikasi verbal dan non verbal yang terjadi secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui telepon atau teknologi komputer) dan terikat dengan aturan aturan tertentu.



Dibawah ini adalah model komunikasi.



Komunikasi lewat Handphone



Contoh Model Komunikasi Satu Arah



Bentuk Komunikasi Diskusi



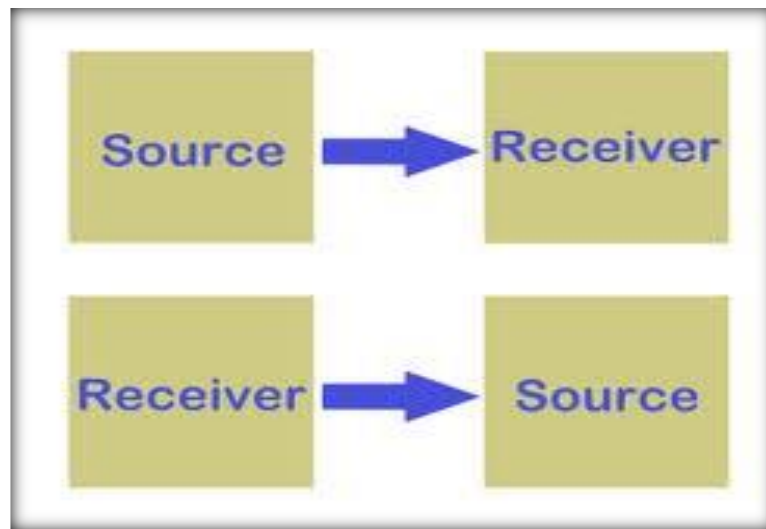
Komunikasi bentuk Kerjasama



Bentuk Komunikasi lewat Karikatur



Proses Komunikasi



Proses Komunikasi

## Jenis Komunikasi

### Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi lisan atau tulisan dengan menggunakan kata-kata. Menurut Deddy Mulyana Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Sedangkan Jalaluddin Rakhmat (1994), mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Ia menekankan *dimiliki bersama*, karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberi arti. Kalimat dalam bahasa Indonesia Yang berbunyi "Di mana saya dapat menukar uang?" akan disusun dengan tata bahasa bahasa-bahasa yang lain sebagai berikut :

Inggris: Dimana dapat saya menukar beberapa uang? (Where can I change some money?)

Perancis: Di mana dapat saya menukar dari itu uang? (Où puis-je changer de l'argent?)

Jerman: Di mana dapat saya sesuatu uang menukar? (Wo kann ich etwas Geld wechseln?)

Spanyol: Dimana dapat menukar uang? (¿Dónde puedo cambiar dinero?)

Tata bahasa meliputi tiga unsur: fonologi, sintaksis, dan semantik. Fonologi merupakan pengetahuan tentang bunyi-bunyi dalam bahasa. Sintaksis merupakan pengetahuan tentang cara pembentukan kalimat. Semantik merupakan pengetahuan tentang arti kata atau gabungan kata-kata.

#### Teknik Komunikasi Verbal

##### 1. Membingkai pesan

Merencanakan kalimat pertama atau kedua anda sebelum memulai suatu percakapan akan memudahkan anda menyatakan pendapat dan keinginan dengan efektif.

##### 2. Menyampaikan secara faktual (dengan kata-kata netral).

Menggunakan kata-kata yang faktual, spesifik dan bahasa yang netral dalam menyampaikan evaluasi atau menyatakan pandangan kita tentang suatu hal.

#### **Non verbal**

50% kesan pertama, diluar konteks dan tanpa informasi latar belakang, didasarkan pada hal-hal non-verbal yang meliputi penampilan dan postur tubuh (Albert Mehrabian). Komunikasi non verbal adalah proses penciptaan dan pertukaran pesan (komunikasi) dengan tidak menggunakan kata-kata, namun dengan gerakan tubuh, ekspresi wajah, vokal, sentuhan, dan lain sebagainya.

#### Teknik Komunikasi Non Verbal.

- Perhatikan Gaya berpakaian;
- Kenyaman (tidak longgar/sempit)
- Keserasian (sesuai tema)
- Kerapian

#### Pedoman Mendengarkan :

- Mengambil sikap positif (senyum)
- Menghindari perangai yang mengganggu
- Memelihara kontak mata yang wajar
- Menggunakan isyarat yang membesarkan hati
- Menjaga jarak yang aman
- Menjaga perhatian tetap pada masalah pembicaraan
- Menerima ide dan perasaan pembicara
- Berempati
- Menggunakan pertanyaan terbuka
- Meminta klarifikasi
- Memeriksa pemahaman dengan menggunakan kata-kata sendiri
- Membuat ringkasan dari pembicaraan, yang mendukung

Sifat Pendengar yang Baik :

- Sabar
- Berkonsentrasi pada kepentingan lawan bicara
- Berpikiran terbuka. Tidak berasumsi terlalu cepat (Morey: 57-59)

Banyak komunikasi verbal tidak efektif hanya karena komunikatornya tidak menggunakan komunikasi non verbal dengan baik dalam waktu bersamaan. Melalui komunikasi non verbal, orang bisa mengambil suatu kesimpulan mengenai suatu kesimpulan tentang berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, benci, cinta, kangen dan berbagai macam perasaan lainnya. Kaitannya dengan dunia bisnis, komunikasi non verbal bisa membantu komunikator untuk lebih memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami reaksi komunikan saat menerima pesan.

Bentuk komunikasi non verbal sendiri di antaranya adalah, bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, symbol-simbol, pakaian seragam, warna dan intonasi suara.

Berikut dibawah ini adalah contoh komunikasi non verbal :

1. Sentuhan

Sentuhan dapat termasuk: bersalaman, menggenggam tangan, berciuman, sentuhan di punggung, mengelus-elus, pukulan, dan lain-lain.

2. Gerakan Tubuh

Dalam komunikasi nonverbal, kinesik atau gerakan tubuh meliputi kontak mata, ekspresi wajah, isyarat, dan sikap tubuh. Gerakan tubuh biasanya digunakan untuk menggantikan suatu kata atau frase, misalnya mengangguk untuk mengatakan ya; untuk mengilustrasikan atau menjelaskan sesuatu; menunjukkan perasaan.

3. Vokalik

Vokalik atau paralanguage adalah unsur nonverbal dalam suatu ucapan, yaitu cara berbicara. Contohnya adalah nada bicara, nada suara, keras atau lemahnya suara, kecepatan berbicara, kualitas suara, intonasi, dan lain-lain.

4. Kronemik

Kronemik adalah bidang yang mempelajari penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal. Penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal meliputi durasi yang dianggap cocok bagi suatu aktivitas, banyaknya aktivitas yang dianggap patut dilakukan dalam jangka waktu tertentu, serta ketepatan waktu (punctuality).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian lapangan ( field research). Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian tentang pengaruh penggunaan campur kode dan alih kode yang sering digunakan oleh masyarakat Gorontalo khususnya para pedagang di pasar Andalas Kota Gorontalo. Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah semua pedagang dan pembeli di pasar Andalas. Adapun jumlah pedagang yang berada di lokasi pasar sentral berjumlah 248 pedagang yang terdiri dari pedagang bahan pangan, pedagang pakaian, aksesoris, pedagang ikan dan daging, dan pedagang-

pedagang lainnya.<sup>6</sup> Sedangkan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane yakni berjumlah 99 responden. Teknik pengumpulan data yaitu: observasi, wawancara, dan kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar sentral adalah salah pusat satu pasar yang berada di Gorontalo. Didirikan pada tahun 1970 dan direnovasi pada tahun 2000. Pasar sentral terletak di pusat kota Gorontalo yang beralamat di jalan Setia Budi N0.1 Kelurahan Limba U1 Kecamatan Kota Selatan Kota Gorontalo. Luas Pasar Sentral 13.306 m<sup>2</sup> kepemilikan pasar sentral adalah Pemerintah daerah dimana diserahkan pada pengelola pasar. Aktivitas pasar terjadi setiap hari mulai dari jam 06.00- 18.00 Wita. Jumlah pedagang yang ada di pasar sentral berjumlah 882 pedagang yang terdiri dari pedagang bahan pangan, pedagang ikang dan pedagang lainnya.

Secara umum bangunan pasar sentral belum memenuhi syarat bangunan dan rancang bangun sesuai dengan peraturan Menteri Pekerjaan Umum No.6/PRT/M/2007 tentang pedoman umum rencana tata bangunan dan lingkungan. Ini dimaksudkan untuk mengendalikan pemanfaatan ruang, penataan bangunan dan lingkungan, serta memuat materi pokok ketentuan program bangunan dan lingkungan, rencana umum dan panduan rancangan, rencana investasi, ketentuan pengendalian rencana dan pedoman pengendalian pelaksanaan dan pengembangan lingkungan / kawasan pasar. Untuk penataan ruang dagang, pembangian area sesuai dengan komoditi dan klasifikasi masing-masing masih belum beraturan dan masih bercampur baur.

Di depan pintu masuk pasar tersedia area parkir yang terletak di depan pintu masuk, tempat parkir tidak dipisahkan sesuai jenis kendaraan. Tidak ada tanda masuk dan keluar kendaraan untuk ketertiban bagi kendaraan pengunjung, pedagang dan lain-lain. Tidak ada Tempat Pembuangan Sampah di area parkir yang fungsinya bertujuan untuk kebersihan dan estetika.

### **Proses Campur kode yang terjadi dalam percakapan bisnis pedagang di Pasar Sentral Kota Gorontalo.**

Sebagai fenomena sosial, bahasa merupakan suatu bentuk perilaku sosial yang digunakan sebagai sarana komunikasi dengan melibatkan sekurang-kurangnya dua orang peserta. Oleh karena itu, berbagai faktor sosial yang berlaku dalam komunikasi, seperti hubungan peran di antara peserta komunikasi, tempat komunikasi berlangsung, tujuan komunikasi, situasi komunikasi, status sosial, pendidikan, usia, dan jenis kelamin peserta komunikasi, juga berpengaruh dalam penggunaan bahasa.

Sementara itu, sebagai fenomena budaya, bahasa selain merupakan salah satu unsur budaya, juga merupakan sarana untuk mengekspresikan nilai-nilai budaya

---

<sup>6</sup> Kantor pengelola pasar Andalas, *profil pasar Andalas*, 2019, hal 4

masyarakat penuturnya. Atas dasar itu pemahaman terhadap unsur-unsur budaya suatu masyarakat di samping terhadap berbagai unsur sosial yang telah disebutkan di atas merupakan hal yang sangat penting dalam mempelajari suatu bahasa. Hal yang sama berlaku pula bagi bahasa Indonesia. Oleh karena itu, mempelajari bahasa Indonesia lebih-lebih lagi bagi para penutur asing berarti pula mempelajari dan menghayati perilaku dan tata nilai sosial budaya yang berlaku dalam masyarakat Indonesia.

Di dalam masyarakat atau suatu komunitas tertentu, seseorang tidak lagi dipandang sebagai individu yang terpisah dari yang lain, tetapi merupakan anggota kelompok sosial. Oleh sebab itu bahasa dan pemakaiannya tidak saja diamati secara individual, tetapi selalu dihubungkan dengan kegiatan masyarakat. Dengan kata lain, bahasa tidak saja dipandang sebagai gejala individual, tetapi juga merupakan gejala sosial. Di dalam pemakaiannya, bahasa tidak hanya ditentukan oleh faktor-faktor linguistik, tetapi juga oleh faktor-faktor non linguistik. Faktor-faktor non linguistik yang berpengaruh terhadap pemakaian bahasa, antara lain ialah faktor sosial dan faktor situasional. Adanya kedua faktor ini dalam pemakaian bahasa menimbulkan variasi bahasa, yaitu bentuk-bentuk bagian atau varian dalam bahasa yang masing-masing memiliki pola umum bahasa induknya.

Setiap penutur mempunyai sifat-sifat yang khas yang tidak dimiliki oleh penutur lain. Sifat-sifat khas seperti ini disebabkan oleh faktor fisik dan psikis. Sifat-sifat khas yang disebabkan oleh faktor fisik, misalnya karena perbedaan watak dan tempramen, intelegensi dan sikap mental lainnya. Baik sifat khas karena faktor fisik maupun karena faktor psikis mengakibatkan sifat khas pula dalam tuturannya. Sifat khas dalam tuturan seseorang yang berbeda dengan orang lain dikenal dengan istilah idiolek.

Berbahasa pada hakikatnya adalah berkomunikasi. Berkomunikasi berarti menyampaikan pesan dari satu pihak kepada pihak lain dengan menggunakan bahasa. Untuk itu, agar komunikasi yang dilakukan dapat berlangsung secara efektif dan efisien, dalam arti baik dan benar, penutur bahasa selain perlu memiliki pengetahuan tentang kaidah bahasa, seperti tata bahasa, sistem bunyi, dan leksikon, juga perlu mengetahui berbagai aspek sosial budaya yang berlaku dalam masyarakat yang bahasanya dipelajari.

Kompetensi komunikatif tidak hanya berisi pengetahuan tentang masalah kegramatikal suatu ujaran, tetapi juga berisi pengetahuan tentang patut atau tidaknya suatu ujaran itu digunakan menurut status penutur dan pendengar, ruang dan waktu pembicaraan, derajat keformalan, medium yang digunakan, pokok pembicaraan, dan ranah yang melingkupi situasi pembicaraan itu.

Pandangan tersebut mengisyaratkan bahwa faktor-faktor sosial budaya yang menjadi konteks penggunaan bahasa merupakan hal yang perlu diketahui oleh para pembelajar bahasa agar mereka dapat berkomunikasi secara baik dan benar dalam situasi yang sebenarnya.

Bahasa dan konteks sosial (masyarakat/komunitas) dipelajari melalui sosiolinguistik. Sosiolinguistik merupakan cabang ilmu linguistik bersifat interdisipliner dengan ilmu sosiologi, dengan obyek penelitian tentang hubungan antara bahasa dengan faktor-faktor sosial di dalam suatu masyarakat tutur.

Kebutuhan akan sosiolinguistik makin terasa setelah menghadapi berbagai masalah kebahasaan. Masalah ini timbul karena disamping studi bahasa cenderung bersifat multidisipliner, juga karena adanya kenyataan bahwa bahasa itu selalu berubah sejalan dengan perubahan masyarakat pemakainya.

Dari hasil penelitian melalui teknik wawancara Ada beberapa faktor para pedagang cenderung melakukan campur kode adalah : (1) Penutur : seorang penjual kadang dengan sengaja beralih kode atau bercampur kode terhadap mitra tutur dalam hal ini pembeli atau lawan bicara karena suatu tujuan. (2) Mitra tutur : Mitra tutur atau lawan bicaranya dalam hal ini pembeli mempunyai latar belakang kebahasaannya sama dengan penutur (penjual) biasanya beralih kode atau campur kode dalam wujud alih varian dan bila pembeli berlatar belakang kebahasaan berbeda cenderung alih kode berupa alih bahasa. (3) Hadirnya Penutur Ketiga: untuk menetralisasi situasi dan menghormati kehadiran pembeli yang lain atau lawan bicara ketiga, biasanya Penjual dan pembeli beralih kode, apalagi bila latar belakang kebahasaan mereka berbeda. (4) Pokok Pembicaraan: atau topik merupakan faktor dominan dalam menentukan terjadinya alih kode. Pokok pembicaraan bisnis seperti pedagang dan pembeli disampaikan dengan bahasa tak baku, gaya sedikit emosional dan serba seenaknya. (5) untuk membangkitkan rasa humor: penjual melakukan campur kode hanya untuk gaya bahasa dan untuk mengakrabkan suasana sehingga terbangun emosional antara penjual dan pembeli. (6) untuk sekedar bergengsi : walaupun faktor situasi, lawan bicara, topik, dan faktor sosio-situasional tidak mengharapka adanya alih kode, terjadi alih kode, sehingga tampak adanya pemaksaan, tidak wajar, dan cenderung tidak komunikatif.

Cuplikan percakapan berikut sebagai contoh adanya penggunaan campur kode yang berwujud Bahasa Indonesia baku di campur dengan bahasa Indonesia melayu Manado dalam peristiwa jual beli Pakaian jadi:

Pembeli : Alaa rupa bagus sekali baju ini ee..  
Penjual : Oh iya bu' model terbaru itu.  
Pembeli : Depe harga berapa om?  
Penjual : 150 rb tapi masih boleh tawar.

Pada contoh kalimat diatas bentuk campur kode yang terjadi dalam percakapan ini adalah penyisipan frasa (*alaa rupa*), penyisipan kata (*ee..*),(*depe*), penyisipan ungkapan/sinonim (*tawar*).

Selanjutnya cuplikan percakapan antara pedagang rempah- rempah dengan pembelinya :

Pembeli : Om.. borapa tomat satu kilo?  
Penjual : Oh nae sadiki ibu lima ribu saja '. (Maksudnya harga tomat naik sedikit)



- Pembeli : Kalo rica *ngoolo* ? (rica= cabe, *ngoolo* = berapa)  
 Penjual : O... itu dua belas ribu satu kilo, yang ini hanya sepuluh ribu satu kilo.  
 Pembeli : Saya minta tomat 2 kilo, rica yang itu (menunjuk cabe keriting 10 rb satu kg) satu kilo.  
 Penjual : bo itu saja?.(bo= hanya)  
 Pembeli : O *ijo*..(ya) itu saja, nih uang *om* (maksudnya bapak).  
 Penjual : Ya..*makase*.(trimakasih)  
 Pembeli (2) : Ei...ngolo kamiri ngoliteri (berapa kemiri 1 liter)  
 Penjual : Mopulo lihu mamalio ( 10 rb Ma')

Pada contoh kalimat dalam percakapan diatas terjadi alih kode dan campur kode, dimana antara penjual dan pembeli sama- sama mempunyai latar belakang bahasa yang sama yaitu bahasa Gorontalo.

### **Pengaruh penggunaan campur kode atau alih kode dalam percakapan bisnis di pasar sentral di kota Gorontalo.**

Dari pembahasan diatas diperoleh persamaan regresi antara pengaruh campur kode dalam percakapan bisnis  $\hat{Y} = 33,60 + 0,24 X$ . Hal ini mengindikasikan bahwa campur kode dapat mempengaruhi percakapan bisnis sebesar 0,24 pada konstanta 33,60 dengan dilakukannya juga uji hipotesis. Antara uji signifikansi dan uji linieritas, uji signifikansi menghasilkan hipotesis nol ditolak, sebab harga  $F_{hitung} = 6,42 > F_{tabel} = 3,96$  dengan dk pembilang 1 dan dk penyebut 84 pada  $\alpha = 0,05$ . Karena itu persamaan  $\hat{Y} = 33,60 + 0,24 X$  sangat signifikan pada  $\alpha = 0,05$ .

Hasil menunjukkan bahwa hipotesis nol diterima, karena  $F_{hitung} = 0,0157 < F_{tabel} = 1,75$  dengan dk pembilang 22 dan dk penyebut 62 pada  $\alpha = 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi  $\hat{Y} = 33,60 + 0,24 X$  berbentuk "linier".

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas bahwa variabel campur kode menunjukkan pengaruh atau hubungan yang signifikan dalam percakapan bisnis, dimana dalam berkomunikasi penutur sering melakukan campur kode atau alih kode dengan beberapa tujuan.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa campur kode paling sering terjadi pada tataran kata dan frasa. Dari hasil penelitian melalui teknik wawancara Ada beberapa faktor para pedagang cenderung melakukan campur kode adalah : (1) Penutur : seorang penjual kadang dengan sengaja beralih kode atau bercampur kode terhadap mitra tutur dalam hal ini pembeli atau lawan bicara karena suatu tujuan. (2) Mitra tutur : Mitra tutur atau lawan bicaranya dalam hal ini pembeli mempunyai latar belakang kebahasaannya sama dengan penutur (penjual) biasanya beralih kode atau campur kode dalam wujud alih varian dan bila pembeli berlatar belakang kebahasaan berbeda

cenderung alih kode berupa alih bahasa. (3) Hadirnya Penutur Ketiga: untuk menetralisasi situasi dan menghormati kehadiran pembeli yang lain atau lawan bicara ketiga, biasanya Penjual dan pembeli beralih kode, apalagi bila latar belakang kebahasaan mereka berbeda. (4) Pokok Pembicaraan: atau topik merupakan faktor dominan dalam menentukan terjadinya alih kode. Pokok pembicaraan bisnis seperti pedagang dan pembeli disampaikan dengan bahasa tak baku, gaya sedikit emosional dan serba seenaknya. (5) untuk membangkitkan rasa humor: penjual melakukan campur kode hanya untuk gaya bahasa dan untuk mengakrabkan suasana sehingga terbangun emosional antara penjual dan pembeli. (6) untuk sekedar bergengsi : walaupun faktor situasi, lawan bicara, topik, dan faktor sosio-situasional tidak mengharapkan adanya alih kode, terjadi alih kode, sehingga tampak adanya pemaksaan, tidak wajar, dan cenderung tidak komunikatif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *"Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktik"*. Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2006.
- Bloomfield, Leonard. *Language*. New York: Hold, Rinehard and Winston, 1993.
- Chaer, Abdul, *Kajian Bahasa: Struktur Internal, Pemakaian dan pembelajaran*. Jakarta : Rineka Cipta, 2007
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- Fishman, JA. (Ed.). "The Relationship Between Micro and Macro Sociolinguistic in The Study Who Speaks What Language To Whom and When". dalam *Pride dan Holmes* (Ed.) 1976.
- Lyons, John, *Semantics 1*. London – New York – Melbourne : Cambridge University Press, 1977.
- M.S, Mahsun, *Metodologi Penelitian Bahasa. Tabapan Strategi, metode, dan Tekniknya*. Edisi Revisi. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2007.
- Mackey, W.P. 1970. "The Description Of Bilingualism" dalam J.A. Fishman (Ed.) 1970.
- Moloeng, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1999.
- Rahardi, Kunjana. 2001. *Sosiolinguistik, Kode dan Alih Kode*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Suyatno, *Teknik Pembelajaran Bahasa dan Sastra*. Edisi. Surabaya : SIC, 2004.
- Suwito. *Awal Pengantar Sosiolinguistik, Teori dan Problema*. Surakarta: Heary Offset. 1983.
- Ullmann, Stephen, *Pengantar Semantik*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2007.