

## Eksplorasi Campur Kode Dalam Interaksi Pelanggan dan Barista di Kopi Kelud Bangkalan

**Vanya Dwica Cicilia**

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

[vanyadwica02@gmail.com](mailto:vanyadwica02@gmail.com)

**Eka SusyLOWATI\***

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

[eka.susyLOWATI@trunojoyo.ac.id](mailto:eka.susyLOWATI@trunojoyo.ac.id)

**Fitriyatuz Zakiyah**

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

[fitriyatuz.zakiyah@trunojoyo.ac.id](mailto:fitriyatuz.zakiyah@trunojoyo.ac.id)

**Dea Kurnia Sandy**

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

[deaaakurniaaaa@gmail.com](mailto:deaaakurniaaaa@gmail.com)

*Received 2 Januari 2024; Revised 10 Maret 2024; Accepted 15 April 2024*

*\*Corresponding Author*

### Abstract

*Nowadays, a coffee shop on Madura Island has begun to be established with a lot of interesting interiors. There are many ways to develop the coffee shop so that it doesn't go out of date and remains visited by tourists. One of them is to provide good service by interacting using code-mixing. The purpose of the research is to find out the use of mixed codes used for interaction between customers and baristas in Coffee Kelud Bangkalan. According to Suwito (1985:76), code mixing has two parts: Inner Code Mixing and Outer Code Mixing. This research used qualitative descriptive methods. As for the technique performed by the researchers to collect the data of this research, it is observation or direct observation, recording and taking notes of interactions using code mixing. The source of the data is from the observation site of Coffee Kelud Bangkalan. In this research, five code-mixed events were found in interaction between baristas and customers with the application of outer code mixing, which was characterized by the use of foreign languages, one of which was English. Meanwhile, inner code mixing uses regional languages, namely Madurese. And in one context, it is possible to use hybrid code mixing which is influenced by the difficulty of finding the right match.*

**Keywords:** code mixing, coffee shop, Madura island

### Abstrak

Pada saat ini *coffee shop* atau kedai kopi di Pulau Madura sudah mulai banyak didirikan dengan interior yang menarik. Berbagai cara yang dapat dilakukan untuk mengembangkan *coffee shop* tersebut agar tidak ketinggalan zaman dan tetap dikunjungi oleh wisatawan baik dari Pulau Madura atau kota lainnya. Salah satunya adalah memberikan pelayanan yang baik dengan cara berinteraksi dengan menggunakan campur kode di dalamnya. Tujuan dari Penelitian adalah untuk mengetahui penggunaan campur kode yang digunakan untuk interaksi antara pelanggan dan barista di Kopi Kelud Bangkalan. Menurut Suwito (1985:76), membagi campur kode menjadi dua bagian yaitu campur kode kedalam dan campur kode keluar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun

<https://journal.trunojoyo.ac.id/jscl>

teknik yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian ini adalah observasi atau pengamatan langsung, rekam dan mencatat interaksi pelanggan dan barista yang menggunakan campur kode. Sumber data diambil dari lokasi pengamatan yaitu Kopi Kelud Bangkalan. Dalam Penelitian ini ditemukan 5 peristiwa campur kode ketika adanya interaksi antara barista dan pelanggan dengan menerapkan campur kode ke Luar, yang ditandai dengan penggunaan Bahasa asing salah satunya Bahasa Inggris. Sedangkan campur kode ke dalam menggunakan Bahasa daerah yaitu Bahasa Madura. Serta dalam satu konteks, memungkinkan adanya penggunaan Campur Kode campuran yang dipengaruhi oleh faktor sulitnya mencari padanan yang tepat.

**Kata kunci:** *Campur kode, kedai kopi, Pulau Madura*

## PENDAHULUAN

Pada saat ini *coffee shop* atau kedai kopi di Pulau Madura sudah mulai banyak didirikan dengan interior yang menarik. Keputusan pemerintah untuk memberikan izin pembangunan *coffee shop* sangatlah bijak dan juga penting untuk kemajuan masyarakat. Tujuan didirikannya *coffee shop* di Pulau Madura ini adalah untuk menyediakan tempat yang nyaman bagi pengunjung untuk bersantai atau menikmati kopi yg unik dan dapat menarik pengunjung di luar Madura agar dapat tertarik datang *coffee shop* kini selain menjual kopi juga menjual suasana (Herlyana, 2012). Perkembangan *coffee shop* saat ini semakin pesat, banyak sekali bisnis kopi yang dapat menjadi ancaman bagi bisnis *coffee shop*. Oleh karena itu, dalam hal ini diperlukan suatu strategi pengembangan dan pemasaran yang merupakan bagian dari rencana bisnis atau rangkaian program bisnis yang bertujuan untuk mengidentifikasi target pasar. Salah satu bentuk strategi yang dapat diterapkan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah dengan menjalin hubungan berkelanjutan antara penjual dan pembeli. Salah satu layanan yang diberikan adalah memberikan pelayanan yang baik dengan cara berinteraksi dengan menggunakan campur kode di dalamnya.

Menurut Nababan (1993:32) dalam Susylowati (2023) menjelaskan bahwa campur kode merupakan suatu keadaan berbahasa, bilamana orang mencampur dua (atau lebih) atau ragam bahasa dalam suatu tindak tutur. Campur kode biasanya terjadi apabila seorang penutur bahasa memasukkan unsur-unsur bahasa pertamanya kedalam bahasa keduanya ketika melakukan proses komunikasi. Campur kode hanya akan terjadi pada masyarakat yang bilingual. Penutur bilingual maksudnya adalah orang yang mampu atau bisa menggunakan dua bahasa. Pada umumnya campur kode dalam peristiwa komunikasi di lingkungan masyarakat yang menguasai dua bahasa seperti, (Bahasa Indonesia dan Bahasa Asing) yang sama baiknya. Dari pemaparan diatas diperlukan penelitian untuk mendapatkan pengetahuan yang jelas mengenai penggunaan dan pemilihan bahasa campur kode yang sering digunakan oleh penjual (barista) ketika sedang melayani pelanggan di *coffee shop* atau kedai kopi.

Penelitian ini memiliki topik yang sama dengan beberapa artikel jurnal yang membahas tentang campur kode. Penelitian yang relevan dengan campur kode dapat dijelaskan sebagai berikut. Artikel yang berjudul “Campur Kode Penjual dan Pembeli di Warung Tradisional”. Penulis dari artikel ini adalah Andriyani, *et all.* (2022). Tujuan dari penulisan artikel ini untuk mendeskripsikan penggunaan campur kode dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan campur kode yang terjadi di warung tradisional tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil yang ditemukan dari penelitian ini yaitu terdapat tiga tipe campur kode yaitu adanya penerapan campur kode ke Luar (*outer code mixing*), campur kode ke dalam (*inner code mixing*) dan penggunaan campur Kode Campuran (*hybrid code mixing*). Artikel jurnal yang ditulis oleh Susylowati (2023) dengan judul

# Journal of Social, Culture, and Language

Vol 2 No 1 pp 1-9

“Campur Kode Aktor Dalam Komunikasi Pada Novel Hayya Karya Helvy Tiana Rosa dan Benny Arnas”. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan bentuk campur kode yang digunakan para aktor dalam novel Hayya dalam interaksi sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sasaran sebuah kasus (study cases). Teknik pengumpulan data penelitian tersebut dilakukan dengan observasi dan catat. Hasil yang ditemukan pada penelitian ini adanya bentuk campur kode keluar dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia ke dalam bahasa Arab yang ada pada novel Hayya.

Artikel yang berjudul “Ahli Kode dan Campur Kode Antara Penjual dan Pembeli (Analisis Pembelajaran Berbahasa Melalui Studi Sociolinguistik)” yang ditulis oleh Mustikawati (2015). Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan wujud alih kode dan wujud campur kode tertentu yang ditemukan dalam kegiatan jual beli di pasar serta faktor penentu yang mempengaruhi peristiwa wujud alih kode dan campur kode. Hasil yang ditemukan pada artikel ini terdapat dua penggunaan ahli kode dan campur kode ketika komunikasi dan transaksi di pasar Songgolangit. Wujud alih kode terjadi adalah peralihan penggunaan bahasa Jawa ke bahasa Indonesia, Begitu juga dengan campur kode menggunakan bahasa Jawa dalam tuturannya. Adapun faktor- faktor penentu yang mempengaruhi terjadinya alih kode dan campur kode adalah penutur, mitra tutur, kehadiran penutur ketiga, latar belakang pendidikan, situasi kebahasaan, dan tujuan pembicaraan.

Artikel jurnal yang ditulis oleh Setiyono, et all (2021) dengan judul “Kajian Sociolinguistik Alih Kode Campur Kode Film Yowis Ben The Series”. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan bentuk serta faktor penyebab terjadinya Alih Kode dan Campur Kode yang terdapat dalam dialog antar tokoh film Yowis Ben The Series. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk alih kode pada dialog antar tokoh film Yowis Ben The Series meliputi dua jenis, yakni, alih kode intern dan alih kode ekstern. Bentuk campur kode pada dialog antar tokoh film Yowis Ben The Series meliputi, kata, frasa, klausa, baster, idiom, pengulangan kata. Faktor terjadinya alih kode dan campur kode meliputi : penutur, lawan tutur, hadirnya penutur ketiga, perubahan topik pembicaraan, pembangkitan selera humor, latar belakang penutur, faktor kebahasaan, rasa ingin menafsirkan.

Artikel jurnal yang ditulis oleh Indriyani (2019) dengan judul “Ahli Kode dan Campur Kode Antara Penjual dan Pembeli di Pasar Prembun Kabupaten Kebumen (Sebuah Kajian Sociolinguistik)”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan wujud ahli kode dan campur kode yang terjadi dalam kegiatan jual beli di Pasar Prembun Kabupaten Kebumen serta faktor penentu yang mempengaruhi peristiwa terjadi wujud alih kode dan campur kode. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa wujud alih kode yang terjadi dalam transaksi jual beli berupa wujud alih bahasa Jawa ke dalam bahasa Indonesia. Sementara itu, wujud campur kode yang muncul berupa campur kode dari bahasa Jawa dan bahasa Indonesia. Pemakaian bahasa Jawa lebih dominan dalam peristiwa alih kode dan campur kode. Faktor penentu dipengaruhi oleh kebiasaan penutur, mitra tutur, munculnya penutur ketiga, topik dan kondisi tuturan, serta kemampuan pemakaian bahasa yang dilatar belakangi dari tingkat pendidikan yang berbeda antara penjual dan pembeli.

## METODE

Penelitian tersebut dilakukan dengan cara terjun langsung kedalam pelaku industri pariwisata khususnya barista Menurut Creswell (2009) pendekatan kualitatif memiliki tujuan untuk pengumpulan data, analisis, interpretasi, dan penulisan laporannya berbeda dengan pendekatan kualitatif tradisional. Tujuan sampling, pengumpulan data terbuka, analisis teks dan gambar, representasi informasi dalam gambar dan tabel, dan interpretasi pribadi dari semua temuan menginformasikan prosedur kualitatif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengumpulkan, mendeskripsikan, dan menganalisis data kebahasaan sesuai dengan kajian sosiolinguistik. Data kebahasaan tersebut kemudian dikumpulkan, dideskripsikan, dan dianalisis dalam penelitian ini yaitu data yang berhubungan dengan bentuk campur kode di kedai kopi kelud Bangkalan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *case study* atau studi kasus. Yin (2019) menjelaskan bahwa studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok apabila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* and *why*; peneliti hanya mempunyai sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki dan bilamana fokus penelitian terletak pada fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata. Studi kasus dapat digunakan dan menjadi strategi penelitian dalam bidang ilmu psikologi, sosiologi, ilmu politik, perencanaan, dan jugadibidang ekonomi. Dalam konteks ini, studi kasus memungkinkan peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari peristiwa-peristiwa kehidupan nyata, misalnya siklus kehidupan seseorang, proses-proses organisasional dan manajerial, perubahan lingkungan sosial, hubungan-hubungan internasional, dan kematangan industri-industri (Yin, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode simak yaitu dengan cara menyimak penggunaan campur kode dalam percakapan antara barista dengan pelanggan. Validitas data merupakan hal terpenting untuk menentukan keabsahan penelitian. Oleh karena itu, data yang disediakan harus data yang sah (*valid*) dan sekaligus terpercaya (*realible*). Validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Patton dalam Sutopo (2006:92) mengemukakan ada empat macam teknik triangulasi, yaitu triangulasi data, triangulasi peneliti, triangulasi metodologis, triangulasi teoritis. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi triangulai data (sumber), triangulasi metode, triangulasi teori. Dari keempat jenis teknik triangulasi digunakan penelitian ini menggunakan sumber data dan triangulasi metode. Triangulasi sumber data merupakan teknik menyediakan data yang bervariasi, pengecekan triangulasi sumber data dilakukan dengan cara pengecekan informasi dengan para informan mengenai kajian yang diteliti. Selanjutnya pada triangulasi metode dapat dilakukan dengan cara menggali data yang sama dengan menggunakan metode pengumpulan data yang berbeda, misalnya hasil rekaman dapat dibandingkan dengan observasi. Untuk mengkaji keabsahan dapat dilakukan dengan pengecekan langsung karena datanya berbentuk penggunaan bahasa lisan dalam bentuk rekaman yang sudah ditranskripsikan. Tahapan selanjutnya yang penting dan strategis yaitu analisis data. Data yang diperoleh melalui pengamatan partisipatif dalam penelitian ini selanjutnya dianalisis. Mahsun (2005: 229) menjelaskan bahwa analisis data merupakan upaya yang dilakukan untuk mengklasifikasi, mengelompokkan data. Pada tahapan ini dilakukan upaya untuk mengelompokkan, menyamakan data yang sama dan membedakan data yang benar-benar berbeda, serta menyisihkan pada kelompok lain data yang serupa, tetapi tidak sama. Dalam hal pengklasifikasian dan pengelompokkan data tentu harus dipertimbangan pada apa yang menjadi tujuan penelitian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis *interaktif*. Miles & Huberman (1994) mengungkapkan bahwa analisis interaktif diklasifikasikan sebagai berikut 1) reduksi data; 2) sajian data; 3) penarikan simpulan atau verifikasi data lapangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil dan pembahasan dari penelitian mengenai bentuk-bentuk campur kode (ke dalam, ke luar serta campuran) yang digunakan ketika berinteraksi antara pelanggan dan barista, berikut hasil dan pembahasan yang telah dilakukan sebagai berikut.

**Konteks Situasi 1:** Barista sedang melayani pelanggan di sore hari yang berada di Kopi Kelud Bangkalan

### Data Tuturan 1

- Barista : Hallo, silahkan menyanya di sebelah sini. mau pesan apa?  
Customer : Yang *recomended* apa?  
Barista : Mau yang *coffee* atau *non coffee*?  
Customer : Yang *coffee*  
Barista : Untuk yang *coffee* kita ada *coffee latte* kak  
Customer : Oke kak *coffee latte hot* nya 1  
Barista : Baik kak. Ada tambahan Lain ?  
Customer : Nggak kak  
Barista : Oke kak. Totalnya jadi 17 ribu kak  
Customer : Iya kak

### Analisis 1

Tuturan kalimat tersebut mengalami peristiwa campur kode, yakni pada tuturan barista dan pembeli (customer). Campur kode dalam tuturan pembeli yaitu "*recommended*" dalam Bahasa Inggris memiliki arti atau terjemahan dari rekomendasi untuk pilihan menu. Kosakata ini umumnya digunakan oleh pembeli saat berbicara dengan barista karena sulit menemukan kata-kata yang lebih sesuai, dan banyak orang sudah sering mendengar dengan kosakata ini karena sering digunakan dalam percakapan sehari-hari. Selain itu ada campur kode yang terdapat tuturan barista yaitu "*non-coffee*". Kata *non-coffee* merupakan kosakata dalam Bahasa Inggris yang merujuk pada istilah "Bukan menu untuk kopi". kedua penutur sering kali menggunakan kata "coffee atau coffee latte" yang memiliki arti kopi dan macam kopi karena kata tersebut sudah menjadi kata yang sering digunakan untuk berkomunikasi sehari-hari khususnya di kedai kopi. Ketika barista dan pembeli menggunakan bahasa Inggris, bahkan dalam satu kata pun, itu menunjukkan bahwa mereka telah menggunakan campur kode dalam interaksi mereka, karena mereka memasukkan unsur bahasa asing dalam percakapannya. Kondisi ini sesuai dengan pandangan Nababan (1993:32) & Kridalaksana (1993:55) bahwa Ketika kondisi tindak bahasa terdapat percampuran ragam Bahasa maka dapat dikategorikan telah menerapkan campur kode. Data tuturan diatas termasuk kedalam campur kode keluar, karena menggunakan campuran bahasa asing.

### Konteks Situasi 2

Barista sedang melayani pelanggan di sore hari yang berada di Kopi Kelud Bangkalan

### Data Tuturan 2

- Barista : Silahkan kak, mau pesan apa?

# Journal of Social, Culture, and Language

Vol 2 No 1 pp 1-9

- Customer : Kalo affogato vanilla ini gimana kak?  
Customer : Jadi untuk affogato sendiri, itu *ice cream* vanilla yang disiram dengan espresso kak  
Customer : Baik saya order affogato vanilla nya satu kak  
Barista : Totalnya 15 ribu, kakak mau *dine in* atau *take away*?  
Customer : *Dine in* kak  
Barista : Baik pembayarannya pas ya kak. Silahkan ditunggu kak.

## Analisis 2

Dari tuturan di atas adanya peristiwa campur kode yang dilakukan saat berkomunikasi. Tuturan ini dapat ditunjukkan pada frasa "*ice cream*" yang memiliki arti "es krim". Frasa lain yang terdapat pada tuturan ini adalah "*dine in atau take away*" yang mengandung makna "makan ditempat atau dibawa pulang". Frasa tersebut merupakan Bahasa Asing, pencampuran bahasa tersebut ditujukan barista kepada pembeli. Situasi ini menggambarkan bahwa campuran bahasa yang digunakan, terutama dengan mencampurkan bahasa Inggris saat berbicara dengan pembeli, cenderung menjadi dominan dalam konteks ini. Ini menunjukkan bahwa penggunaan campur kode juga dapat dipengaruhi oleh status mitra tutur ketika berinteraksi. Kondisi ini sesuai dengan pandangan Kridalaksana (dalam Mustikawati, 2015:3) mengemukakan bahwa campur kode yaitu pemakaian bahasa dari bahasa satu ke bahasa lain yang mana bertujuan untuk memperkaya suatu gaya bahasa dari pemakaian ragam Bahasa, klausa, frasa dan idiom. Data tuturan diatas termasuk kedalam campur kode keluar, karena menggunakan campuran bahasa asing untuk berinteraksi.

## Konteks Situasi 3

Barista sedang melayani pelanggan pada siang hari yang berada di Kopi Kelud Bangkalan

### Data Tuturan 3

- Barista : Silahkan pak, mau pesan apa?  
Customer :Americano mas satu seperti biasa ya, sama nambah *french fries* nya 1 ya mas  
Barista : Baik pak, ada tambahan lain?  
Customer : *Cokop mas*  
Barista : Baik pak, totalnya jadi 23 ribu pak  
Customer : Ini mas  
Barista : Uangnya pas ya pak, mohon ditunggu,*skelangkong*.

## Analisis 3

Data tutur diatas merupakan interaksi antara barista dengan pelanggan yang sering mengunjungi Kopi Kelud sehingga barista dan pembeli tersebut sudah akrab. Campur kode yang ditemukan pada dialog di atas adalah campur kode campuran, yaitu terdiri dari Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Bahasa Madura sederhana. Campur kode yang dapat dilihat dari percakapan di atas yaitu frasa "*french fries*" yang dalam Bahasa Indonesia memiliki arti "kentang goreng". Tak hanya itu di dalam tuturan diatas juga ditemukan campur kode menggunakan Bahasa Madura "*cokop mas, skelangkong.*" yang memiliki arti "cukup mas, terima kasih." Walaupun pada percakapan diatas menggunakan campur kode campuran barista dan pembeli tetap dapat berinteraksi dengan baik karena pengetahuan peserta tutur yang dimiliki setara atau sama dan sudah memiliki kedekatan yang baik sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Data tuturan diatas termasuk kedalam campur

# Journal of Social, Culture, and Language

Vol 2 No 1 pp 1-9

kode campuran, karena memasukkan atau menggunakan bahasa asing dan bahasa daerah ketika berinteraksi.

## Konteks Situasi 4

Barista sedang melayani pelanggan di sore hari yang berada di Kopi Kelud Bangkalan

### Data Tuturan 4

- Barista : Hallo kak, silahkan mau *order* apa ?  
Customer : Yang *best seller* disini apa ya kak ?  
Barista : Mau yang *coffee* atau *non coffee*?  
Customer : *Coffee* boleh kak  
Barista : Kita ada espresso base. Untuk espresso base yang best seller kita ada coffee latte kak, jadi itu espresso one shot dicampur dengan steamed *fresh milk* dengan suhu sekitar 60°-80° sehingga menghasilkan perpaduan rasa kopi yang gurih dengan sedikit manis dari *fresh milk* nya. Untuk karakter rasa espressonya perpaduan sedikit asam buah jeruk dan gurih coklat  
Customer : Boleh deh kak itu satu  
Barista : Baik kak, mungkin ada tambahan lain ?  
Customer : Udah itu saja dulu mas  
Barista : Baik kak Totalnya 17 ribu kak. Uangnya pas ya kak, Mohon ditunggu

## Analisis 4

Pada data tutur 4 merupakan interaksi antara barista dan pembeli yang terjadi di coffee shop yaitu di Kopi Kelud Bangkalan dan pada dialog diatas terdapat adanya campur kode ketika berinteraksi. Dialog diawali dengan kalimat sapaan. Barista dengan sangat ramah menyapa pembeli yang datang dan diikuti dengan kata “*order*” yang memiliki arti pesan. Pembeli menanyakan menu yang paling laris dipesan di coffee shop dengan menggunakan frasa “*best seller*”. Frasa best seller merupakan kosakata dalam Bahasa Inggris yang memiliki arti paling laku. Setelah itu, barista menjelaskan menu yang paling sering dipesan di coffee shop tersebut, barista menyebutkan salah satu bahan yang digunakan untuk membuat kopi yaitu “*fresh milk*” yang memiliki arti “susu segar”. kosakata tersebut telah lazim diketahui oleh banyak dan secara umum sering digunakan dalam berinteraksi. Maka dapat dikatakan Barista dan pembeli telah menggunakan campur kode ke luar karena telah menyisipkan unsur Bahasa asing dalam tuturannya. Data tuturan diatas termasuk kedalam campur kode keluar, karena menggunakan campuran bahasa asing untuk berinteraksi.

## Konteks Situasi 5

Barista sedang melayani pelanggan di siang hari yang berada di Kopi Kelud Bangkalan

### Data Tuturan 5

- Barista : Silahkan kak, mau pesan apa?  
Customer : Mas mau taro 1 yah, sama cordon bleu *riah* apa ya mas?  
Barista : Baik kak, untuk cordon bleu ini ayam yang digulung dengan daging sapi sama diselimuti keju, ada saus jamurnya, ada kentangnya juga kak.  
Customer : Oke kak *nyobaah* itu 1 yah  
Barista : Baik, saya ulangi pesanannya ya kak, taro 1 sama cordon bleu 1  
Customer : Iya sudah benar kak  
Barista : Totalnya jadi 47 ribu,  
Customer : Ini kak

<https://journal.trunojowo.ac.id/jscl>

Barista : Uangnya pas ya kak, silahkan notanya kak, nanti pesanannya saya antar

## Analisis 5

Data tutur diatas terjadi di Kopi Kelud Bangkalan yang merupakan interaksi antara barista dan pembeli yang merupakan orang setempat sehingga terdapat campur kode menggunakan Bahasa Madura untuk berinteraksi ketika memesan sesuatu di kasir. Salah satu campur kode yang diterapkan yaitu kata “*riah*”. Kata *riah* merupakan Bahasa Madura yang memiliki arti “ini”, selain itu ditemukan lagi frasa dari Bahasa Madura yaitu “*nyobaah*” yang berarti “ mau coba”. Walaupun pembeli sering menyelipkan kata yang berasal dari Bahasa Madura, barista tetap menjawab dengan menggunakan Bahasa Indonesia dikarenakan itu SOP (Standar Operasional Prosedur) yang ditentukan oleh pemilik Kopi Kelud Bangkalan agar lebih enak didengar dan lebih sopan. Data tutur diatas termasuk campur kode ke dalam karena penutur dan mitra tutur menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Daerah (Madura) dalam berinteraksi .

## KESIMPULAN

Dari pemaparan yang sudah dijelaskan, kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan hasil dari penelitian yang dilaksanakan bahwa di dalam interaksi antar barista dan pembeli di Kopi Kelud Bangkalan terdapat variasi bahasa yaitu campur kode. Interaksi yang terjadi antara barista dan pembeli di Kopi Kelud Bangkalan memberikan suatu fenomena kebahasaan dalam kajian sosiolinguistik yaitu, adanya penerapan campur kode ke Luar (outer code mixing), yang ditandai dengan penggunaan Bahasa asing salah satunya Bahasa Inggris. Sedangkan campur kode ke dalam (Inner Code Mixing) menggunakan Bahasa daerah yaitu Bahasa Madura. Serta menemukan adanya penggunaan Campur Kode campuran (Hybrid Code mixing) yang dipengaruhi oleh faktor sulitnya mencari padanan yang tepat. Variasi bahasa terjadi karena peristiwa penegasan mitra tutur terhadap kalimat sehingga campur kode tersebut mengacu pada sistem tuturan penerapannya sesuai dengan latar belakang penutur, hubungan penutur dengan mitra tutur dilihat dari situasi tuturan yang dilakukan dalam penggunaan variasi kode bahasa masyarakat dengan ragam bahasa.

## DAFTAR PUSTAKA

- As'ad, M. H., & Aji, J. M. (2020). *FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN KEDAI KOPI MODERN DI BONDOWOSO*. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, VOL.13 NO.2, JULI 2020, 182-199.
- Assegaf, H. H., Tseng, S., & Mamlukah. (2021). *KORELASI ANTARA KONSUMSI KOPI DENGAN TEKANAN DAN GULA DARAH, IMT, Hb, LAMA TIDUR DAN SCREEN TIME BARISTA DI KABUPATEN MAJALENGKA TAHUN 2021*. *JOURNAL OF PUBLIC HEALTH INNOVATION*, VOL 01 NO.02 JUNI 2021, 160-170.
- A. S., DH, A. F., & Zainul Arifin. (2015, November 2). *PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING (PEMASARAN RELASIONAL) TERHADAP KEPUASAN NASABAH SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH (Survei pada Nasabah Tabungan Bank Central Asia Kantor Cabang Pembantu Dinoyo Kota Malang*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.28, 1-8.

<https://journal.trunojoyo.ac.id/jscl>

# Journal of Social, Culture, and Language

Vol 2 No 1 pp 1-9

- Atmodjo, M. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Chaer, Abdul & Agustina Leonie. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, John W. (2009). *Research Design*. United States America: SAGE Publication Inc.
- Herawati. (2016). “*Campur Kode dalam Peristiwa Komunikasi di Lingkungan Sekolah SMA Negeri 1 Kabangka*”, *Jurnal Humanika*, 16 (1): 1-15.
- Herlyana, Elly. (2012). *fenomena coffee shop sebagai gejala hidup baru kaum muda*. vol 3 (hal 190):Thaqafiyat 2 .
- Indriyani, Yekti. (2019). *Alih Kode dan Campur Kode Antara Penjual dan Pembeli di Pasar Prembun Kabupaten Kebumen (Sebuah Kajian Sosiolinguistik)*. Bahtera: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, dan Budaya Jilid 06 No.12 hal 690-698.
- Mahsun. (2005). *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Jakarta.
- Miles, M.B & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. New Delhi: SAGE Publication.
- Mustikawati, Diah Atiek. (2015). *Alih Kode dan Campur Kode Antara Penjual dan Pembeli (Analisis Pembelajaran Berbahasa Melalui Studi Sosiolinguistik)*. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran* Vol.3 No.2 hal 23-32.
- Nababan, P.W.J. (1984). *Sosiolinguistik : Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia
- Nestiti, L. G., Yusuf, Y., & Resdati. (2022). *Budaya Konsumsi Kopi sebagai Gaya Hidup The Leisure Class pada Generasi Z di Coffee Shop Ugoku.co dan Titik Kumpul Coffee Brewers Kecamatan Sekupang Kota Batam*. 1(10), 2599–2608.
- Nuwa, Gustav G. (2017). *Campur Kode dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Alok Maumere Provinsi Nusa Tenggara Timur*. *Jurnal Bindo Sastra*. Volume 1 Nomor 2
- Santoso, Bagus dkk. (2021). *Kajian Sosiolinguistik Alih Kode Campur Kode Film Yowes Ben The Series*. Jawa Timur : IKIP PGRI Bojonegoro.
- Suwito. (1985). *Pengantar Awal Sosiolinguistik Teori dan Praktik*. Surakarta: Henary Offset.
- SusyLOWATI, Eka. (2023). *Campur Kode Aktor Dalam Komunikasi Pada Novel Hayya Karya Helvy Tiana Rosa dan Benny Arnas*. *Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra dan Budaya (SEBAYA) ke-3*.
- Sutopo, H.B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Yin, K.Robert. (2019). *Studi Kasus Desain & Metode*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada