

**CAMPUR KODE BAHASA JAWA-KOMERING-INDONESIA PADA
PENGISIAN SUARA VIDEO KONTEN AKUN FACEBOOK
PRO IBU- IBU DI DESA BANUMAS KECAMATAN
MARTAPURA SUMATERA SELATAN**

Vina Iga Nirmala¹, Surastina², Andri Wicaksono³

¹²³STKIP PGRI Bandar Lampung

vinaiganirmala1@gmail.com¹, srastina@gmail.com²
ctx.andrie@gmail.com³

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan wujud campur kode bahasa Jawa-Komering-Indonesia pada video konten facebook profesional Ibu-Ibu desa Banumas kecamatan Martapura Sumatera Selatan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan faktor yang mempengaruhi terjadinya campur kode serta efektivitas penyampaian pesan dalam campur kode. Subjek penelitian ini adalah Ibu-Ibu desa banumas kecamatan Martapura Sumatera Selatan pemilik akun Facebook Profesional dengan nama Ariyun, Anti Mak Atar, dan Inov Zainal. Tehnik pengumpulan data pada penelitian ini dengan metode simak bebas libat cakap (SBLC) dilanjutkan dengan tehnik catat dan analisis data dengan metode deskriptif kualitatif. Keabsahan data dengan triangulasi. Data dalam penelitian ini adalah bentuk campur kode ke dalam bahasa Jawa-Komering-Indonesia baik tataran kata, frasa, klausa pada tuturan Ibu-Ibu desa Banumas kecamatan Martapura Sumatera Selatan. Sumber data dalam penelitian ini adalah video konten facebook profesional Ibu-Ibu desa Banumas kecamatan Martapura Sumatera Selatan yang berisi sulih suara (VOD) edisi 2 tahun awal konten (2023-2024). Hasil penelitian ini di temukan 106 data yang terdiri dari 80 data campur kode bahasa Jawa-Indonesia. 40 data dari akun Ariyun, 40 data dari akun Anti Amak Atar. Dan 26 data campur kode bahasa Komering-Indonesia. 20 dari akun Inov Zainal dan 6 data dari akun Anti Amak Atar.

Kata Kunci: Campur kode, Sulih suara, Video Konten Facebook Pro.

Abstract: This study aims to describe the form of Javanese-Komering-Indonesian language code mixing in professional Facebook content videos of mothers in Banumas village, Martapura district, South Sumatra. This study also aims to describe the factors that influence the occurrence of code mixing and the effectiveness of message delivery in code mixing. The subjects of this study were mothers from Banumas Village, Martapura District, South Sumatra who own professional Facebook accounts with the names Ariyun, Anti Mak Atar, and Inov Zainal. The data collection technique in this study used the free listening and conversation (SBLC) method, followed by recording and data analysis techniques using qualitative descriptive methods. Data validity with triangulation. The data in this study are a form of code mixing into Javanese-Komering-Indonesian languages at the word, phrase, and clause levels in the speech of Banumas Village Mothers, Martapura District, South Sumatra. The data source in this study is the professional Facebook video content of the mothers of Banumas Village, Martapura District, South Sumatra, which contains voice-overs (VOD) of the first 2 years of content (2023-2024). The results of this study found 106 data consisting of 80 Javanese-Indonesian code-mixing data. 40 data from the Ariyun account, 40 data from the Anti Amak Atar account. And 26 Komering-Indonesian code-mixing data, 20 from the Inov Zainal account and 6 data from the Anti Amak Atar account.

Keywords: Code mixing, Voice over, Video Facebook pro content language

PENDAHULUAN

Bahasa memiliki peran penting dalam kehidupan manusia sebagai alat komunikasi dan interaksi sosial. Setiap masyarakat menggunakan bahasa untuk berhubungan dan mengekspresikan budaya. Dalam kajian sosiolinguistik, dipelajari hubungan antara bahasa dan faktor sosial, seperti kelas, etnis, usia, dan pendidikan. Di Indonesia, keragaman bahasa dan budaya menambah kompleksitas penggunaan bahasa dalam berbagai situasi formal dan informal.

Fenomena bilingualisme juga menjadi perhatian, di mana individu menggunakan lebih dari satu bahasa biasanya bahasa ibu dan bahasa nasional. Pemilihan bahasa tergantung pada konteks, topik, dan situasi komunikasi, serta bertujuan memperlancar penyampaian pesan. Penguasaan bahasa yang baik memungkinkan komunikasi yang efektif dan menghindari kegagalan komunikasi dalam masyarakat multibahasa.

Sosiolinguistik mempelajari hubungan antara variasi bahasa dengan faktor sosial, budaya, dan situasi, terutama dalam masyarakat multibahasa. Salah satu fenomena yang dibahas adalah kedwibahasaan, yang dapat menimbulkan *campur kode*, yaitu penggunaan unsur bahasa lain dalam komunikasi tanpa keharusan tertentu, biasanya dalam situasi santai. Campur kode dipengaruhi oleh faktor sosial (status, pendidikan, ekonomi) dan situasional (siapa, kapan, di mana, dan untuk tujuan apa komunikasi dilakukan).

Campur kode sering muncul dalam percakapan lisan, baik tatap muka maupun di media digital, dan mencerminkan identitas sosial serta budaya penutur. Contohnya, penggunaan bahasa Jawa, Komeri, dan Indonesia dalam voice-over video di Facebook Profesional bisa menjadi strategi komunikasi yang efektif. Facebook,

sebagai media sosial yang telah lama eksis, kini menjangkau lebih banyak pengguna dewasa, termasuk ibu rumah tangga, berkat fitur Facebook Profesional yang menarik bagi segmen tersebut.

Facebook Profesional adalah mode khusus pada profil utama Facebook yang memungkinkan pengguna membangun eksistensi sebagai kreator, memperoleh pengikut publik, serta memonetisasi konten jika memenuhi syarat. Fitur ini menarik minat pengguna, baik lama maupun baru, karena memungkinkan mereka menghasilkan pendapatan sambil tetap menjaga hubungan pribadi lewat akun yang sama. Awalnya hanya tersedia di *page*, kini fitur ini bisa diaktifkan langsung melalui profil utama.

Penelitian ini mengkaji penggunaan campur kode dalam video konten Facebook Profesional, khususnya pada ibu-ibu rumah tangga di Desa Banumas, Martapura, Sumatera Selatan. Video yang mereka buat sering menggabungkan bahasa Jawa, Komeri, dan Indonesia sebagai refleksi kebiasaan tutur sehari-hari dalam masyarakat multibahasa. Campur kode dalam video ini memengaruhi cara pesan dipahami audiens dan keberhasilan komunikasi dalam konteks media sosial yang semakin berkembang.

Penelitian ini akan menyoroti beberapa aspek penting, seperti alasan dibalik penggunaan campur kode, persepsi audiens terhadap penggunaan bahasa campuran ini, serta pengaruhnya terhadap efektivitas penyampaian pesan dalam konten video di FB Pro. Hal ini penting untuk dipahami mengingat media sosial sebagai *platform* yang terus berkembang, memiliki potensi besar dalam mempengaruhi cara berkomunikasi masyarakat luas, termasuk dalam penggunaan bahasa sehari-hari yang bersifat multibahasa.

Sosiolinguistik adalah ilmu yang interdisipliner. Istilahnya sendiri menunjukkan bahwa ia terdiri atas bidang sosiologi dan linguistik. Dalam istilah *linguistik-sosial* (sosiolinguistik) kata *sosio* adalah aspek utama dalam penelitian dan merupakan ciri umum bidang ilmu tersebut. Linguistik dalam hal ini juga berciri sosial sebab bahasa pun berciri sosial, yaitu bahasa dan strukturnya hanya dapat berkembang dalam suatu masyarakat tertentu. Aspek sosial dalam hal ini mempunyai ciri khusus, misalnya ciri sosial yang spesifik dan bunyi bahasa dalam kaitannya dengan fonem, morfem, kata, kata majemuk, dan kalimat. (Hastuti. 2023 hal: 2- 3).

Kajian tentang bagaimana kedwibahasaan berkembang dalam konteks multikultural dan multilingual di masyarakat. Ia mengembangkan teori yang lebih mengarah pada dinamika penggunaan bahasa dalam masyarakat yang beragam, di mana bilingualisme tidak hanya terjadi dalam skala individu, tetapi juga dalam skala kelompok. Penggunaan dua bahasa oleh seseorang seolah-olah menunjukkan, bahwa pada dirinya terdapat dua masyarakat bahasa yang berbeda. Jadi, ia tidak menunjukkan adanya masyarakat dwibahasawan. Masyarakat dwibahasawan dapat dipandang sebagai kumpulan individu yang dwibahasawan. Hansen dalam Alek (2018:167).

campur kode adalah fenomena pemakaian dua bahasa atau lebih dalam satu tuturan, di mana elemen-elemen bahasa dari satu bahasa dimasukkan ke dalam bahasa lainnya. Suwito menjelaskan bahwa fenomena ini terjadi karena adanya pengaruh sosial dan budaya yang menyebabkan penutur mengalihkan bahasa dalam situasi tertentu untuk menyesuaikan dengan konteks komunikasi. Fenomena campur kode merupakan penggunaan dua bahasa

atau lebih dalam suatu tuturan. Campur kode dapat terjadi apabila seseorang penutur bahasa, ketika menggunakan bahasa Indonesia kemudian memasuki unsur bahasa daerah ke dalam pembicaraan bahasa Indonesia. Suwito (2014 : 118).

Tiga jenis campur kode: campur kode ke dalam, campur kode ke luar, dan campur kode percampuran. Campur kode ke dalam merujuk pada pencampuran bahasa yang serumpun, seperti memasukkan unsur bahasa daerah dalam bahasa Indonesia. Campur kode ke luar terjadi ketika bahasa asing disisipkan dalam bahasa utama, seperti penggunaan bahasa asing dalam kalimat bahasa Indonesia. Sementara itu, campur kode percampuran menggabungkan unsur-unsur dari bahasa asli (misalnya bahasa daerah) dan bahasa asing dalam satu kalimat atau klausa. Suandi dalam Susylowati (2014:140-147).

Pada penelitian mengenai Campur Kode Bahasa Jawa-Komering-Indonesia pada Pengisian Suara Video Konten Akun Facebook Pro Ibu-Ibu di Desa Banumas, Kecamatan Martapura, Sumatera Selatan, penggunaan teori campur kode diperlukan karena teori ini mengkaji fenomena pencampuran dua atau lebih bahasa dalam satu tuturan, yang sering terjadi dalam berbagai situasi komunikasi sehari-hari, seperti diskusi, ceramah, atau percakapan informal.

Voice over atau sulih suara adalah suara dari pengisi suara yang tidak hadir secara fisik. Digunakan untuk memberi informasi tambahan mengenai apa yang sedang terjadi. Contoh *voice over* biasanya di dengar dalam iklan, acara televisi, video game, acara dokumenter dan lain-lain. *Voice over* berperan sebagai pembawa pesan informatif ataupun menghibur, naskah *voice over* biasanya di tulis sesuai dengan ketentuan yang ada (Revlina Oktavia Artrisdianti:2023).

Konten merupakan sebuah bentuk

informasi yang disajikan di situs web atau platform media sosial. Konten dapat berupa teks, gambar, audio video, atau kombinasi dari semuanya. Konten merupakan elemen penting dalam pemasaran digital karena konten melibatkandan memberi kepada audiens target. Dalam dunia komunikasi, konsumen digital, konten adalah segala bentuk informasi yang dirancang untuk melibatkan, mendidik, dan menghibur audiens target. Informasi ini dapat berupa kiriman blog, video, infografis, podcast, dan media lainnya. (Sebastian Zarnowski: 2024).

Video konten merupakan bentuk penyampaian informasi atau hiburan melalui media visual yang bergerak dan di sertai suara. Isi dari video konten bermacam-macam, mulai dari edukasi, promosi produk, hingga hiburan ringan. Video konten dibuat dengan tujuan tertentu, seperti membangun merek, menyampaikan pesan, atau meningkatkan penjualan.

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah dan daerah untuk melakukan hubungan dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman- teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya. Melalui platform ini, individu dapat menjalin hubungan, berinteraksi, dan terhubung dengan orang lain dari berbagai latar belakang. Pengguna juga memiliki kesempatan untuk menambah teman-teman mereka, saling mengirim pesan pribadi, serta memperbarui profil mereka agar orang lain dapat melihat informasi terkini tentang diri mereka. Facebook memfasilitasi pertukaran informasi dan membangun jaringan sosial dengan cara yang lebih mudah dan interaktif, memungkinkan orang untuk saling mengenal lebih dekat meskipun berada di

lokasi yang berbeda-beda. Saputra (2004 :79).

METODE

Penelitian karya sastra ini merupakan penelitian kualitatif, karena dalam penelitian ini baik data maupun hasil penelitian yang diperoleh berupa data deskripsi tentang sesuatu yang berupa kata-kata yang diucapkan pada pengisian atau sulih suara pada video konten yang berupa *Campur kode* pada video konten Facebook Pro Ibu- ibu desa Banumas, kecamatan Martapura, Sumatera Selatan.

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci dan mendalam kondisi yang sebenarnya. Metode yang dilakukan dengan menonton video konten Facebook Pro Ibu-ibu desa Banumas kecamatan Martapura, Sumatera Selatan. Pada tahapan pengumpulan data peneliti menggunakan metode simak yaitu metode yang dilakukan dengan cara menyimak penggunaan bahasa dan mencatat percakapan yang mengandung campur kode pada sebuah kartu data dan dilanjutkan dengan klasifikasi data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen menggunakan tabel klasifikasi data.

Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, verifikasi/kesimpulan.

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Merupakan tahap awal melakukan analisis data, kegiatan utama dilakukan dalam mengumpulkan data. Peneliti akan menonton video konten, lalu ketika peneliti menemukan campur kode maka video akan di jeda dan kata yang merupakan campur kode ditulis pada buku. Begitu seterusnya sampai data terkumpul.

2. Reduksi Data

Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya yang akan penulis lakukan yaitu mereduksi data, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya”.

Setelah data terkumpul maka selanjutnya peneliti akan mengelompokkan data kedalam dua kelompok yakni kelompok data campur kode bahasa Jawa-Indonesia dan kelompok campur kode bahasa Komerling-Indonesia dengan cara di tulis terpisah agar lebih rapi serta peneliti tidak bingung karena mempermudah peneliti ketika ingin menyajikan data.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan penyajian data. Pada tahap ini penulis melakukan penyajian data dengan mengklasifikasi data dalam bentuk deskripsi untuk dianalisis dan menginterpretasikan campur kode yang terdapat pada video konten Fb pro ibu-ibu desa Banumas, kecamatan Martapura, Sumatera selatan.

4. Kesimpulan (*Conclusion*)

Kesimpulan atau verifikasi merupakan tahapan terakhir dalam menganalisis data dan dibuat berdasarkan penyajian data. Kesimpulan atau verifikasi penulis lakukan dengan anggapan bahwa permasalahan yang penulis teliti sudah mendapatkan jawabannya.

Kesimpulan dibuat peneliti sesuai data yang telah dikumpulkan, diklasifikasikan, kemudian disajikan pada tabel klasifikasi data. Kesimpulan berisi juga penjelasan dan anggapan terkait permasalahan yang penulis teliti sudah mendapatkan jawabannya

HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan campur kode dalam pengisian suara video konten Facebook oleh ibu-ibu di Desa Banumas dilakukan sebagai ekspresi identitas budaya lokal dan untuk menjalin kedekatan dengan audiens yang berasal dari komunitas yang sama. Campur kode digunakan untuk menyampaikan pesan secara informal dan santai, sehingga lebih mudah dipahami oleh masyarakat desa. Penggunaan ini memperkuat rasa kebersamaan, namun bisa menimbulkan kebingungan bagi audiens yang tidak memahami bahasa daerah. Penelitian dilakukan secara sistematis dengan menyimak penggunaan campur kode dalam video konten Facebook Profesional.

1. Bentuk campur kode bahasa Jawa-bahasa Indonesia

Dari hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap yang berubah dari bahasa satu menjadi bahasa lainnya pada video konten Facebook profesional Ibu-Ibu Desa Banumas Kecamatan Martapura Sumatera Selatan. Berikut adalah bentuk campur kode bahasa jawa-bahasa Indonesia :

Data 1 dan 2

“Tapi ternyata pas di eker-eker begini cekernya lebih dari sepuluh, klenyer-klenyer begini huuu enak banget”.

Kalimat tersebut menunjukan bahwa kreator sedang memberitahu kepada audiens mengenai makanan cepat saji yaitu ceker mercon tanpa tulang dengan cara memasaknya dan memakannya serta menilai dari segi rasa dan tekstur makanan tersebut. Kata yang di garis bawah merupakan campur kode bahasa Jawa ke dalam bahasa Indonesia yang dilakukan penutur yaitu **eker-eker** yang dalam bahasa Indonesia berarti acak-acak dan kata **klenyer-klenyer** yang berarti lembek kenyal.

Data 10

“Hari ini kita pulang, karena gak lewat tol, kita mau bablas aja”.

Pada kalimat tersebut menunjukkan kreator yang sedang dalam perjalanan pulang ke rumah setelah pulang kampung ke rumah orang tua. Kata yang di garis bawah merupakan campur kode bahasa Jawa ke dalam bahasa Indonesia yang dilakukan penutur yaitu kata **bablas** yang dalam bahasa Indonesia berarti terus.

Data 15 dan 16

“Ini ada ikan wader yang udah aku goreng garing kemripik, kita ulek bumbunya beri garam biar enak gak ngoyo”.

Kalimat tersebut menunjukkan kreator yang sedang memasak ikan yang sudah di goreng dan akan di sambel. Kata yang di garis bawah merupakan campur kode bahasa Jawa ke dalam bahasa Indonesia yang dilakukan penutur yaitu kata **garing kemripik** yang dalam bahasa Indonesia berarti kering renyah dan **ngoyo** berarti memaksakan diri.

Data 61-64

“Aku ketawa dia bilang getun aku sidane ngeneki, harus beli eceran. Sabar alon-alon ya semoga tercukupi alat bengkelnya”.

Kalimat tersebut menunjukkan kreator bersama suaminya sedang membuka paket alat bengkel yang di pesan suaminya, namun sedikit kecewa karna tidak sesuai ekspektasi. Kata yang di garis bawah merupakan campur kode bahasa Jawa ke dalam bahasa Indonesia yang dilakukan penutur yaitu kata **getun** yang dalam bahasa Indonesia berarti menyesal, **sidane** berarti jadinya, **ngeneki** berarti seperti ini, dan **alon-alon** berarti pelan-pelan.

Data 70 dan 71

“Amak di kasih uang di suruh beli kue ulang tahun sama apak katanya untuk kejutan, gak beres piye to ki, wayahe dia yang pesan diam-diam”.

Kalimat tersebut menunjukkan kreator yang di suruh suaminya membeli kue ulang tahunnya sendiri untuk kejutan. Kata yang di garis bawah merupakan campur kode bahasa Jawa ke dalam bahasa Indonesia yang dilakukan penutur yaitu kata **piye to ki** yang dalam bahasa Indonesia berarti bagaimana ini dan **wayahe** yang berarti aturan.

Data 80

“Ngomong-ngomong musim paceklik cuma ada di banumas aja atau di daerah kalian juga?”

Pada kalimat tersebut menunjukkan bahwa kreator sedang mengeluh karena keadaan ekonomi yang sedang krisis di daerahnya, lalu bertanya pada audiens apakah sama. Kata yang di garis bawah merupakan campur kode bahasa Jawa ke dalam bahasa Indonesia yang dilakukan penutur yaitu kata **paceklik** yang dalam bahasa Indonesia berarti krisis ekonomi.

2. Bentuk campur kode bahasa Komerling-Indonesia

Berikut adalah bentuk campur kode bahasa Komerling-Indonesia:

Data 1-4

“Sore ini kami lagi ngerewangi umbay yang mau ngutil jeruk, inilah jeruk siso ya”.

Pada kalimat tersebut menunjukkan kreator bersama anak-anaknya sedang membantu mertuanya mengambil jeruk di pohonnya. Kata yang di garis bawah merupakan campur kode bahasa Komerling ke dalam bahasa Indonesia yang dilakukan penutur yaitu kata **ngerewangi** yang dalam bahasa Indonesia berarti membantu, **umbay** berarti nenek, **ngutil** berarti mengambil, dan **siso** berarti sisa.

Data 15-16

“Ini umak aku lagi cabut ubi, besak nian ubinya”.

Pada kalimat tersebut

menunjukkan kreator yang sedang meminta tolong kepada ibu mertuanya untuk mencabut ubi. Kata yang di garis bawah merupakan campur kode bahasa Komering ke dalam bahasa Indonesia yang dilakukan penutur yaitu kata **umak** yang berarti ibu, dan **besak** yang berarti besar.

Data 17- 20

“Ini cuko asli buatan wong kito galo, kental sekali lemak”.

Pada kalimat tersebut menunjukkan kreator yang sedang membuat pembuat pempek dan menunjukkan bahwa cukanya itu enak khas buatan orang Palembang. Kata yang di garis bawah merupakan campur kode bahasa Komering ke dalam bahasa Indonesia yang dilakukan penutur yaitu kata **cuko** yang dalam bahasa Indonesia berarti cuka, **wong** berarti orang, **kito** berarti kita, **galo** berarti semuanya, dan **lemak** berarti enak.

Data 24-26

“Nah misteri terpecahkan namo ayuk bawang iwak asin ayuk meli”.

Pada kalimat tersebut menunjukkan kreator yang sedang bertanya nama penjual bawang langganannya di pasar. Kata yang di garis bawah merupakan campur kode bahasa Komering ke dalam bahasa Indonesia yang dilakukan penutur yaitu kata **namo** yang dalam bahasa Indonesia berarti nama, **ayuk** berarti kakak perempuan, dan **iwak** yang berarti ikan.

PEMBAHASAN

1. Latar Belakang Terjadinya Campur Kode

Campur kode dalam pengisian suara video konten Facebook Profesional oleh ibu-ibu Desa Banumas, Kecamatan Martapura, Sumatera Selatan, disebabkan oleh tiga faktor utama:

- a. Keanekaragaman Bahasa: Banyaknya etnis seperti Jawa dan Komering menyebabkan masyarakat menggunakan campuran bahasa daerah dan bahasa Indonesia dalam komunikasi sehari-hari.

Contoh: kata "klenger" dan "potel" digunakan bersama bahasa Indonesia dalam konten.

- b. Identitas Budaya: Campur kode menjadi ekspresi identitas lokal. Meskipun tinggal di Sumatera Selatan, mayoritas warga Desa Banumas berasal dari suku Jawa dan tetap menggunakan bahasa Jawa. Bahkan warga Komering yang menikah dengan orang Jawa juga mencampur bahasanya.
- c. Keakraban dengan Audiens: Campur kode membangun kedekatan emosional dan personal antara kreator dan audiens, serta memperkuat interaksi di media sosial

2. Efektivitas Penyampaian Pesan dalam Campur Kode

Penggunaan campur kode dinilai efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens, khususnya yang memiliki latar belakang budaya dan bahasa yang sama, melalui beberapa aspek:

- a. Keterhubungan dengan Audiens Lokal: Pesan lebih mudah dipahami oleh audiens dari daerah yang sama karena menggunakan bahasa yang familiar.
- b. Kemudahan dan Kenyamanan Bicara: Bahasa daerah sebagai bahasa ibu membuat kreator lebih nyaman, dan campur kode terjadi secara alami.
- c. Interaksi dan Keterlibatan Audiens: Audiens merasa lebih dekat dan aktif berkomentar, menciptakan interaksi sosial yang positif di platform Facebook.
- d. Penekanan Emosional: Campur kode digunakan untuk menyampaikan perasaan seperti kecewa, senang, atau

- bangga secara lebih ekspresif dan emosional.
- e. Pengaruh terhadap Audiens Berbeda Latar Belakang: Meskipun efektif untuk audiens lokal, campur kode bisa membingungkan audiens luar daerah jika tidak disertai penjelasan atau terjemahan.

Secara keseluruhan, campur kode dalam pengisian suara video konten Facebook pro ibu-ibu desa Banumas sangat efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens lokal yang berbudaya bahasa yang sama. Pesan yang lebih akrab dan emosional, serta penggunaan bahasa yang alami dan mudah dipahami, meningkatkan keterhubungan antara pembuat konten dan audiens. Namun, efektivitasnya bisa sedikit berkurang untuk audiens luar daerah yang mungkin kesulitan memahami bahasa daerah yang digunakan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai campur kode bahasa Jawa-Komering-Indonesia pada pengisian suara video konten Facebook Profesional Ibu-Ibu desa Banumas Sumatera Selatan, dapat ditemukan simpulan sebagai berikut:

1. Pada pengisian suara video konten Facebook Profesional Ibu-Ibu desa Banumas Sumatera Selatan terdapat tuturan campur kode yang dilakukan oleh Ibu-Ibu pembuat konten/ pemilik akun.
2. Campur kode yang terjadi pada pengisian suara video konten Facebook Profesional Ibu-Ibu desa Banumas Sumatera Selatan yaitu jenis campur kode tataran kata, frasa, dan klausa yang terbentuk dari kosa kata jenis ke dalam/ jenis rumpun bahasa Indonesia, yaitu penggunaan bahasa Indonesia, Jawa, dan Komering.

3. Bentuk campur kode bahasa Jawa-Indonesia datanya berjumlah 80 data dan bentuk campur kode bahasa Komering-Indonesia datanya berjumlah 26 data. Dimana dapat disimpulkan bentuk campur kode bahasa Jawa-Indonesia lebih banyak dari bentuk campur kode bahasa komering Indonesia. Hal ini di karenakan penduduk desa Banumas dominan berbahasa daerah jawa walaupun mereka bertempat tinggal di daerah Sumatera Selatan yang bahasa daerahnya bahasa Komering.
4. Berdasarkan analisis terhadap penggunaan bahasa dalam c, dapat disimpulkan bahwa terjadinya campur kode di pengaruhi oleh beberapa faktor utama yang saling berkaitan, yaitu keanekaragaman bahasa, identitas budaya dan keakraban dengan audiens. Secara keseluruhan campur kode yang muncul dalam pengisian suara video konten facebook tidak semata-mata terjadi secara kebetulan, tetapi mencerminkan fenomena sosial dan budaya masyarakat lokal. Penggunaan bahasa yang beragam ini menggambarkan realitas kebahasaan yang hidup, dinamis, dan fungsional dalam mendukung komunikasi yang lebih efektif dan bermakna di tengah pengaruh media sosial modern.
5. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa video konten Facebook Profesional Ibu-Ibu desa Banumas Sumatera Selatan memiliki tingkat efektivitas penyampaian pesan yang tinggi. Secara keseluruhan penggunaan campur kode dalam konteks ini sangat efektif untuk menjangkau audiens lokal, menciptakan komunikasi yang akrab dan emosional, serta meningkatkan keterlibatan. Efektivitasnya menurun seiring dengan perbedaan latar belakang audiens, namun tetap dapat dipahami secara umum berkat keberadaan

bahasa Indonesia sebagai jembatan antar bahasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, Ken Altha. Mutia Rahmi Pratiwi. (2019). Strategi Personal Branding di Akun Youtube Kyflif Tv. *Komuniti*. Vol 11(2), 2549-5623.
<https://journals.ums.ac.id/komuniti/article/download/9158/5551>
- Ahmadin. Maryanti Jiuwa. (2022). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Sikap Moral Peserta Didik di SMA Negeri 1 Bunta Banggai District. Syiila: *Jurnal Budaya dan Humaniora*. Vol 1(1).
<https://ojs.untika.ac.id/index.php/syiila/article/download/404/455/3543>
- Alek. (2018). *Linguistik Umum*. Jakarta. Erlangga
- Auer, Peter. (2013) *Code-Switching in Conversation: Language, Interaction and Identity*. U.S. Roudledge.
- Chaer, Abdul. Leoni Agustina. (2014). *Sosiolinguistik pengenalan awal*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Hastuti. (2023). *Sosiolinguistik*. Gorontalo. Ideas Publishing
- Henriana. 2020. "Campur Kode Bahasa Indonesia-Bahasa Makasar-Bahasa Inggris Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Facebook (Kajian Sosiolinguistik)". Universitas Hasanudin Makasar.
- Jing, Zhou. (2019). *The Roudlage Handbook of Chinese Aplied Lingustics*. USA. Roudledge.
- Karim Andi Rahmat. 2020. "Campur Kode Dalam Tulisan Status Dosen Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanudin Di Media Sosial Facebook". Universitas Hasanudin. Makasar.
- Rokhman, Fathur. (2013). *Sosiolingustik*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Tehnik Analisis Bahasa*. Yogyakarta. Sananta Dharma.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. ALFABETA.
- Susylowati dkk. (2024). *Sosiolinguitik: Teori dan Aplikasi*. Klaten: Underline.
- Suwito. (2014). *Pengantar Sosiolinguistik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wei, Li. (2007) *The Bilingualism Reader*. USA. Roudledge.
- Dealls. (2025 9 April). Apa itu Voice Over? Contoh, skill, hingga gajinya. *Dealls.Com*.
https://dealls.com/pen-gembangan-karir/voice-over-adalah?utm_source
- Artrisdyanti, R.O. (2023, 17 Juni). Voic Over: Pengertian, syarat, jenis, kelebihan dan kelemahannya. *Kompas.Com*.
<https://amp.kompas.com/skola/read/2023/06/17/100000069/voice-over--pengertian-syarat-jenis-kelebihan-dan-kelemahannya>
- Mamuaya. (2023, 28 Juni). Voice Over: Pengertian, manfaat, cara membuat dan prospek kerjanya. *News.dailysocial.id*
<https://news.dailysocial.id/dscover/y/glossary/voice-over-adalah>
- Syifa. AL. (2024, 11 Oktober) Konten Digital Adalah: Pengertian, manfaat dan cara membuatnya. *Cubbu Digital*.
<https://cubbudigital.com/konten-digital-adalah-masa-depan/>
- Agis, A. (2024, 24 Oktober) Apa yang dimaksud dengan konten? Jenis, etika, dan tips membuatnya. *Toffedev*.
<https://toffedev.com/blog/ads/apa-yang-dimaksud-dengan-konten/>
- Zarnowski, S. (2024). Apa yang di maksud dengan konten? Definisi dan contoh. *Localo.com*.

<https://localo.com/marketing-dictionary/what-is-content>
(https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Ogan_Komering_Ulu_Timur, diakses 27 Mei 2025)