



Analisis Campur Kode Pada Tayangan Video *Riview* Kosmetik Dalam Akun *Youtube* Ini Vindy dan Relevansinya Sebagai Media Pembelajaran Video Materi Teks Persuasi Kelas VIII di SMP/MTS

Lusi Rahmawati¹, Cut Nuraini², Sutri³

^{1,2,3} Universitas Singaperbangsa Karawang

Received: 06 Maret 2024

Revised: 22 Maret 2024

Accepted: 30 Maret 2024

Abstract

Tujuan penelitian ini, yaitu untuk 1) mendeskripsikan bentuk analisis campur kode yang terdapat pada tayangan video *riview* kosmetik dalam akun *youtube* @ini_vindy, 2) membuat media pembelajaran video dalam materi teks persuasi bahasa Indonesia kelas VIII di SMP/MTS berdasarkan hasil analisis campur kode pada tayangan video *riview* kosmetik dalam akun *youtube* @ini_vindy. Penelitian ini mengambil subjek yaitu salah satu beauty vlogger *youtube* pada akun @ini_vindy. Sedangkan, yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu campur kode pada tayangan video *review* kosmetik dalam akun *youtube* @ini_vindy. Penelitian ini membahas campur kode berdasarkan jenisnya dan bentuk campur kode berdasarkan unsur kebahasaannya, serta faktor-faktor penyebab terjadinya campur kode pada tayangan video *riview* kosmetik dalam akun *youtube* @ini_vindy. Hasil penelitian ini diperoleh jenis-jenis campur kode pada tayangan video *riview* kosmetik dalam akun *youtube* @ini_vindy, terdiri dari campur kode ke dalam, campur kode ke luar dan campur kode campuran. Campur kode berdasarkan bentuknya terdiri dari campur kode berwujud kata, campur kode berwujud frasa, campur kode berwujud baster, campur kode berwujud perulangan kata, campur kode berwujud klausa. Faktor penyebab terjadinya campur kode pada tayangan video *riview* kosmetik dalam akun *youtube* @ini_vindy terdiri dari identifikasi peranan, identifikasi ragam, keinginan untuk menjelaskan dan menafsirkan.

Keywords: *Campur Kode, Riview Kosmetik, Youtube*

(*) Corresponding Author: lusirahmawati@gmail.com

How to Cite: Rahmawati, L., Nuraini, C., & Sutri, S. (2024). Analisis Campur Kode Pada Tayangan Video *Riview* Kosmetik Dalam Akun *Youtube* Ini Vindy dan Relevansinya Sebagai Media Pembelajaran Video Materi Teks Persuasi Kelas VIII di SMP/MTS. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11112092>.

PENDAHULUAN

Hakikatnya manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, sehingga manusia perlu adanya interaksi atau berkomunikasi dengan orang lain. Alat utama dalam berkomunikasi adalah bahasa. (Kridalaksana, 1983) (dalam Chaer, 2014) bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer dan digunakan sebagai alat untuk bekerja sama, berinteraksi, serta mengidentifikasi diri oleh anggota masyarakat. Dapat dikatakan bahwa bahasa adalah suatu bentuk percakapan yang memiliki fungsi sebagai alat untuk berinteraksi dengan orang lain. Bahasa juga memiliki fungsi sebagai alat untuk menyampaikan maksud yang ingin disampaikan penutur terhadap mitra tutur.

Pada dasarnya manusia memiliki kemampuan bahasa yang berbeda-beda. Ada orang yang fasih dalam banyak bahasa, namun ada juga orang yang hanya fasih dalam satu bahasa saja. Kemampuan seseorang untuk fasih dalam berbagai bahasa dapat dikatakan bilingual ketika berkomunikasi dengan orang lain. Keberagaman bahasa merupakan akibat dari faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan penutur

dalam memilih bahasa yang akan digunakan berdasarkan lingkungan sosialnya. Kondisi ini mungkin terjadi karena kemungkinan besar seorang penutur akan menggunakan lebih dari satu bahasa, sehingga berujung pada bilingualisme. Menurut (Chaer dan Agustina, 2014: 85) kemampuan seseorang untuk menggunakan dua bahasa (*bilingualism*) atau dalam istilah bahasa Indonesia disebut dengan kedwibahasaan.

Ketika seseorang berkomunikasi dengan menggunakan dua bahasa, memungkinkan terjadinya fenomena campur kode. Menurut Nababan (1993) campur kode adalah percampuran dua bahasa atau lebih pada suatu tindak bahasa. Pendekatan sociolinguistik inilah yang dapat menelaah fenomena yang terjadi pada campur kode. Menurut (Nababan, 1993: 2) sociolinguistik merupakan cabang dari linguistik yang mengkaji aspek-aspek kemasyarakatan dan bahasa, terutama perbedaan dalam bahasa yang berhubungan dengan faktor-faktor kemasyarakatan.

Youtube adalah sebuah situs web berbentuk video yang penggunaanya bisa dengan mudah untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan suatu informasi. Melalui *youtube* masyarakat dapat menikmati video berupa audio visual secara gratis, cukup dengan mudah diakses melalui ponsel seluler dan internet. Peristiwa campur kode dapat ditemukan dalam media sosial *youtube* sebagai salah satu wadah dalam berinteraksi berupa video.

Di Indonesia sudah banyak *beauty vlogger* yang bermunculan, salah satunya pada *channel youtube @ini_vindy*. Hafrida Vindy Agustie adalah nama lengkap pemilik akun *@ini_vindy*, dengan nama panggilan Vindy. Ia memiliki 1,96 subscriber dan berasal dari Malang. Tentunya para remaja wanita sudah tidak asing lagi dalam konten video Vindy. Konten videonya berisi tentang mengulas, merekomendasi produk kosmetik dan memberikan tutorial *make up*. Vindy memiliki ciri khas menggunakan bahasa Jawa yang kental dalam membuat suatu konten *youtube*. Dengan ciri khas yang dimiliki, sehingga membuat ia terkenal sampai saat ini. Hal yang membedakan Vindy dengan *beauty vlogger* lainnya yaitu gaya unik dalam menyapa penonton dengan sebutan kata "*Rek*". Kata "*Rek*" tersebut merupakan sapaan khas Jawa Timur yang mengandung arti teman-teman.

Peneliti merupakan salah satu pengikut akun *youtube @ini_vindy* melalui video-videonya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Dikarenakan isi konten videonya terdapat percampuran bahasa yang dilakukan oleh Vindy, seperti menggunakan bahasa Jawa, bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Konten videonya menggunakan bahasa secara nonformal dan santai, sehingga adanya fenomena percampuran menggunakan bahasa lain untuk mendukung satu fungsi bahasa sebagai tujuan tertentu. Melalui videonya di *youtube*, memicu adanya rasa penasaran dan sering dikunjungi untuk membantu menyalurkan informasi kepada para wanita yang memiliki kemampuan rendah mengenai dunia kecantikan.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, terdapat dua hal yang dibahas dalam penelitian ini. Pertama, penelitian ini membahas campur kode berdasarkan jenisnya dan bentuk campur kode berdasarkan unsur kebahasaannya, serta faktor-faktor penyebab terjadinya campur kode pada tayangan video *review* kosmetik dalam akun *youtube @ini_vindy*. Kedua, hasil yang diperoleh dari campur kode yang terdapat pada tayangan video *review* kosmetik dalam akun *youtube @ini_vindy* dapat dijadikan sebagai media pembelajaran bahasa Indonesia berupa video, khususnya pada materi teks persuasi kelas VIII di SMP/MTS sesuai dengan

kompetensi dasar 3.13 mengidentifikasi jenis saran, ajakan, arahan dan pertimbangan tentang berbagai hal positif atas permasalahan aktual dari teks persuasi (lingkungan hidup, kondisi sosial dan keragaman budaya) yang didengar dan dibaca.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Metode penelitian deskriptif yaitu suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu kondisi permasalahan dengan tujuan untuk mendeskripsikan berkaitan dengan hal-hal yang terjadi dalam bentuk laporan penelitian. Menurut Moleong (2005: 11) metode deskriptif adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian dengan menggunakan kata-kata. Data tersebut dapat berupa naskah wawancara, catatan lapangan, foto, rekaman video, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Oleh karena itu, penelitian deskriptif kualitatif akan menghasilkan data berupa uraian hasil analisis yang dilakukan peneliti terhadap data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dan temuan data penelitian campur kode dalam video pada akun *youtube* @ini_vindy, maka peneliti menganalisis berdasarkan jenis-jenis campur kode, bentuk-bentuk campur kode dan faktor penyebab terjadinya campur kode.

1. Jenis-jenis Campur Kode

Dalam video pada akun *youtube* @ini_vindy peneliti menemukan campur kode ke dalam merupakan penggunaan dua bahasa dari bahasa Indonesia bercampur dengan bahasa Jawa, campur kode ke luar adalah penggunaan dua bahasa yang bersumber dari bahasa Inggris bercampur dengan bahasa Indonesia, campur kode campuran adalah pencampuran bahasa antara bahasa Indonesia, Jawa dan bahasa Inggris. Adapun pembahasan hasil penelitian berdasarkan jenis-jenis campur kode sebagai berikut.

a) Analisis Campur Kode Ke Dalam

CK/D5/V1 “Ini *bau'e seger rek* kayak buah peach”

Campur kode ke dalam pada data di atas menyerap unsur bahasa daerah yaitu bahasa Jawa. Fenomena campur kode pada tuturan di atas mencampurkan dua bahasa yaitu bahasa Jawa dengan bahasa Indonesia. Tuturan “Ini *bau'e seger rek* kayak buah peach” terdiri dari 3 kata bahasa daerah yaitu bahasa Jawa dan 4 kata bahasa Indonesia. “*Bau'e*” merupakan kata baster dari bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa yang berarti baunya. “*Seger*” merupakan kata yang berasal dari bahasa Jawa yang berarti segar. Sedangkan “*rek*” merupakan kata yang berasal dari bahasa Jawa yang berarti teman-teman, Vindy banyak sekali menggunakan kata “*rek*” dengan tujuan untuk mengakrabi penonton pada akun miliknya pribadi.

b) Analisis Campur Kode Ke Luar

CK/D15/V2 “Oke teman-teman ini adalah *product-product* yang *start* dua puluh ribuan gitu ya yang mana jadi *favorite* kalian langsung aja kalian kalo mau *linknya* untuk *check out* dibawah ya”

Campur kode ke luar pada data di atas menyerap unsur bahasa asing yaitu bahasa Inggris. Fenomena campur kode pada tuturan di atas mencampurkan dua

bahasa yaitu bahasa Inggris dengan bahasa Indonesia. Tuturan “Oke teman-teman ini adalah *product-product* yang start dua puluh ribuan gitu ya yang mana jadi favorite kalian langsung aja kalian kalo mau linknya untuk check out dibawah ya” terdiri dari 7 kata bahasa asing yaitu bahasa Inggris dan 23 kata bahasa Indonesia. “*product-product*” merupakan kata ulang yang berasal dari bahasa Inggris dan memiliki arti produk-produk. Sedangkan “*Favorite*” berasal dari bahasa Inggris dan memiliki arti kesukaan. “*Linknya*” merupakan kata baster berasal dari kata “*link*” yang memiliki arti tautan. “*Check out*” artinya memeriksa, dalam hal ini penutur secara tidak langsung membujuk penonton untuk melakukan transaksi produk yang sudah diulas.

c) Analisis Campur Kode Campuran

CK/D21/V3 “Mari kita cek yang *brownne* kayaknya warnanya kayak *gold* gitu ya lebih natural gitu gak sih, eh bagus si ini buat kalian yang baru-baru belajar”

Campur kode campuran pada data di atas menyerap 3 unsur bahasa yaitu unsur bahasa asli, bahasa daerah dan bahasa asing. Fenomena campur kode pada tuturan di atas mencampurkan 3 unsur bahasa yaitu bahasa Indonesia, bahasa Jawa dan bahasa Inggris. “Mari kita *cek* yang *brownne* kayaknya warnanya kayak *gold* gitu ya lebih natural gitu gak sih, eh bagus si ini buat kalian yang baru-baru belajar” terdiri dari 24 kata bahasa Indonesia, bahasa Jawa berjumlah 1 kata dan bahasa Inggris berjumlah 1 kata. “*Brownne*” merupakan kata baster dari bahasa Inggris ke bahasa Jawa *brown + ne* yang berarti coklatnya. Sedangkan “*gold*” merupakan kata adjektiva yang berarti emas. Tuturan di atas mengandung kalimat ajakan kepada penonton untuk mencoba produk yang diulasnya.

2. Bentuk-bentuk Campur Kode

Berdasarkan temuan dan hasil penelitian campur kode pada tayangan video *review* kosmetik dalam akun *youtube* @ini_vindy berdasarkan bentuknya terdiri dari campur kode berwujud kata, campur kode berwujud frasa, campur kode berwujud baster, campur kode berwujud perulangan kata data, dan campur kode berwujud klausa data.

a) Analisis Bentuk Campur Kode Berwujud Kata

CK/D16/V1 “Tapi gak bisa diblend ya bisa diblend nya itu di tap tap gitu ini tuh bakalan awet ditinggal *mangan* gorengan apapun awet”

Bentuk campur kode di atas berwujud kata verba, kata *mangan* yang berarti makan. Makan merupakan suatu kegiatan yang memasukkan makanan ke mulut.

CK/D2/V1 “Hai *rek*”

Bentuk campur kode di atas berwujud kata pronomina, kata *rek* memiliki arti teman-teman. “Hai *rek*” merupakan ciri khas Vindy untuk menyapa penonton dalam akun *youtube* milik pribadinya dengan tujuan untuk mengakrabi semua penontonnya.

CK/D27/V4 “Selanjutnya kita pakai ini pelembab viva ya harganya enam ngewu dan lima ngewu ngonoloh

Bentuk campur kode di atas berwujud kata numeralia, kata *ngewu* yang memiliki arti ribu, hal ini merujuk pada kata bilangan yang menyatakan jumlah uang.

CK/D15/V1 “Oke *next* kita akan ke countur yah”

Bentuk campur kode di atas berwujud kata konjungsi, *next* merupakan kata dari bahasa Inggris yang memiliki arti selanjutnya. Kata selanjutnya pada data di atas merujuk pada penutur melakukan kegiatan selanjutnya.

b) Analisis Campur Kode Berwujud Frasa

CK/D1/V1 “Kali ini aku akan *makeup* pake *product-product low budget* tipe dua puluh ribuan semua, delapan belas ribu, bedaknya dua belas ribu, *concealar* delapan belas ribu”

Bentuk tuturan di atas terdapat campur kode penyisipan frasa bahasa Inggris yaitu “*low budget*” artinya anggaran yang rendah. *Low budget* memiliki dua unsur kata yaitu /low/budget/. Dengan adanya dua unsur berkedudukan yang sama tidak masalah jika salah satu dari dua unsur tersebut dihilangkan, karena keduanya dapat saling menggantikan. Pada tuturan di atas adanya frasa bahasa asing untuk menjelaskan kepada penonton bahwa penutur akan melakukan *makeup* dengan harga produk yang cukup murah.

CK/D5/V1 “Ini *bau'e seger rek* kayak buah peach”

Bentuk tuturan di atas terdapat campur kode penyisipan frasa bahasa Jawa yaitu “*bau'e seger*” artinya baunya segar *Bau'e seger* memiliki 2 unsur kata yaitu /bau'e/seger/. Dengan adanya dua unsur berkedudukan yang sama tidak masalah jika salah satu dari dua unsur tersebut dihilangkan, karena keduanya dapat saling menggantikan. Pada tuturan di atas adanya frasa bahasa daerah untuk memberitahukan produk yang digunakan memiliki bau yang segar.

c) Analisis Campur Kode Berwujud Baster

CK/D19/V4 “**Maksud'e** bukan tebal yo tapi kelihatan memang **discover** gitu loh kulitmu tuh lebih tertutup gitu.

Bentuk tuturan di atas berwujud baster campur kode baster pada penyisipan bentuk dasar bahasa Indonesia ke dalam akhiran bahasa Jawa. Bentuk kata dasar bahasa Indonesia maksud + akhiran bahasa Jawa e yang berarti maksudnya. Sedangkan kata *discover* merupakan kata baster imbuhan di + *cover* yang berarti ditutupi.

d) Analisis Campur Kode Berwujud Perulangan Kata

CK/D3/V1 “Koyok ngene, cuman *iki natural-naturale* madam gie yo rek”

Bentuk tuturan di atas terdapat campur kode perulangan kata, terdapat jenis kata ulang berimbuhan. *Natural-naturale* merupakan kata ulang dalam bentuk kata dasar *natural-natural* dari bahasa Indonesia yang kemudian diberikan akhiran e pada bahasa Jawa yang berarti *natural-naturalnya*. Data tersebut merupakan kata ulang berimbuhan akhir e dalam bahasa Jawa dikarenakan adanya bentuk pengulangan atas seluruh bentuk kata dasar dan ditambahkan variasi fonem.

CK/D14/V3 “Oh lima puluh empat ribu untuk *packaging* sih aku uh kayak yes gak si *packagingnya*”

Bentuk tuturan di atas terdapat campur kode baster pada penyisipan bentuk dasar bahasa Inggris dan akhiran bahasa Indonesia menggunakan imbuhan nya. Bentuk kata dasar bahasa Inggris *packaging* + akhiran nya bahasa Indonesia yang berarti kemasannya.

e) Analisis Campur Kode Berwujud Klausa

CK/D9/V4 “Jadi sebenarnya tanpa dikasihin bedak pun dia udah ngeset ya ini adalah kelebihan dari si alter ini **I love it**”

Bentuk tuturan di atas merupakan campur kode berwujud klausa. Tuturan “*I love it*” yang artinya aku menyukainya. Kata *I* menduduki fungsi subjek dan kata *love* menduduki fungsi predikat dan kata *it* menduduki fungsi objek. *Love* merupakan kata verba yang berkedudukan sebagai predikat, sehingga data tersebut dapat dikatakan sebagai klausa verbal.

3. Faktor-faktor Terjadinya Campur Kode

Berdasarkan tayangan video pada akun *youtube* @ini_vindy peneliti menemukan faktor terjadinya campur kode pada identifikasi peranan berjumlah 3 data. Berikut ini pembahasan mengenai faktor-faktor terjadinya campur kode sebagai berikut.

a) Analisis Faktor Terjadinya Campur Kode Berdasarkan Identifikasi Peranan pada Tayangan Video dalam Akun *Youtube* @ini_vindy

Berdasarkan tayangan video pada akun *youtube* @ini_vindy peneliti menemukan faktor terjadinya campur kode pada identifikasi peranan berjumlah 3 data. Berikut ini pemaparan faktor terjadinya campur kode berdasarkan identifikasi peranan sebagai berikut.

CK/D1/V1 “Hai *rek*. Kali ini aku akan *makeup pake product-product low budget* tipe dua puluh ribuan semua, delapan belas ribu, bedaknya dua belas ribu, *concealar* delapan belas ribu”

CK/D5/V3 “Hai *rek* kali ini kita akan *makeup-makeupan one brand makeup* tutorial dari viva dan aku akan ngecek kira-kira yang *yes or no* menurut aku yang mana yah”

CK/D7/V4 “Hai *rek* ini Vindy *neng kene* aku akan *battle cushion* ini adalah *cushion-cushion* yang menurutku cocok banget untuk kalian yang *oily*, kombinasi ya yang mungkin punya bekas jerawat”

Pada tuturan di atas Vindy menyisipkan bahasa dialek bahasa Jawa untuk mencairkan suasana dan juga ingin menonjolkan dirinya yang berprofesi sebagai *beauty vlogger* dari Jawa. Dalam hal ini konten Vindy berisikan tutorial *makeup* dan *meriview* sebuah produk kosmetik. Vindy juga memiliki ciri khas untuk menyapa penontonnya dengan sapaan “*rek*” yang artinya teman-teman, tujuannya adalah untuk mengakrabi penontonnya disemua kalangan dan juga sapaannya menjadi ciri khas atas konten-konten yang dibuatnya di *youtube*. “*Hai rek*” bisa dikatan sebagai sebuah jargon yang digunakan Vindy dengan menyapa penontonnya menggunakan bahasa daerah. Dengan adanya pemakaian bahasa daerah pada video tayangan *riview* kosmetik Vindy akan berdampak positif, karena pemakaian jargon tersebut masyarakat yang berasal dari daerah selain Jawa bisa mengenal bahasa baru.

b) Analisis Faktor Terjadinya Campur Kode Berdasarkan Identifikasi Ragam pada Tayangan Video dalam Akun *Youtube* @ini_vindy

Berdasarkan tayangan video pada akun *youtube* @ini_vindy peneliti menemukan faktor terjadinya campur kode pada identifikasi ragam berjumlah 3 data. Berikut ini pemaparan faktor campur kode berdasarkan identifikasi ragam sebagai berikut.

CK/D2/V2 “Jadi kalau misalnya ada yang coment-coment kayak kenapa enggak pakai pink flash aja *mbak*”

Pada tuturan di atas termasuk faktor terjadinya campur kode. Kata “*mbak*” yang diucapkan oleh penutur untuk menunjukkan tingkat sosial penutur yang berarti

seorang kakak perempuan, artinya sebagai orang yang lebih tua dari mitra tuturnya. Pada tuturan di atas digunakan untuk berkomunikasi dengan penonton.

CK/D4/V3 “Ya tapi ini tuh eh tipikel memang *full coverage* gituloh, tapi nggak berat bahkan kalau dibandingkan luxcreame aku senang *iki* sih, tapi ini *yes* sih menurut aku si *yes*”

CK/D6/V4 “Ya masih banyakan yang lain ya *coveragenya* ini menurutku yang *tercoverage* ya *guys*”

Pada tuturan di atas terdapat frasa *full coverage* dan *coveragenya* memiliki arti yang hampir sama. Frasa *coverage*-nya merupakan sebuah istilah-istilah dalam dunia kecantikan. Kata *coverage* merupakan jenis bahasa Inggris *cover* dan *age* yang berarti daya tutup. Maksud dari penutur yaitu daya tutup dari sebuah produk. Frasa *full coverage* juga memiliki arti yang sama dengan *coveragenya* yang berarti daya tutup. Dalam hal ini belum adanya padanan yang cocok untuk menggantikan frasa *full coverage* dan *coveragenya* di KBBI. Penyebutan istilah-istilah dalam dunia kecantikan tersebut di sebuah kanal *youtube* belum ditemukannya padanan yang tepat di dalam kosa kata bahasa Indonesia.

c) Analisis Faktor Terjadinya Campur Kode Berdasarkan Keinginan untuk Menjelaskan atau Menafsirkan pada Tayangan Video dalam Akun *Youtube @ini_vindy*

Berdasarkan tayangan video pada akun *youtube @ini_vindy* peneliti menemukan faktor terjadinya campur kode pada keinginan untuk menjelaskan atau menafsirkan berjumlah 3 data. Berikut ini pemaparan faktor campur kode berdasarkan keinginan untuk menjelaskan atau menafsirkan sebagai berikut.

CK/D2/V2 “Sudah bisa mulai yang pertama, oke *moisturaizer* yang aku *recommend* ketika kalian cari *budget* yang dua puluh ribuan yaitu *garnier sakura white* ya.

Pada tuturan di atas menunjukkan bahwa Vindy berkeinginan untuk menjelaskan atau menafsirkan secara jelas maksud dan tujuannya dalam melakukan tuturannya kepada penonton. Kata “*budget*” yang berarti anggaran. Dalam hal ini anggaran berhubungan dengan perhitungan angka atau uang. Setelah kata *budget* dijelaskan oleh penutur sejumlah uang dengan maksud penutur merekomendasi produk yang harganya lumayan murah kepada penonton.

4. Pemanfaatan Hasil Penelitian Sebagai Media Pembelajaran Video

Hasil penelitian ini akan dijadikan sebagai pemanfaatan media pembelajaran video dalam materi pembelajaran teks persuasi pada kompetensi dasar (KD) 3.13 mengidentifikasi jenis, saran, ajakan, arahan dan pertimbangan tentang berbagai hal positif atas permasalahan yang aktual dari teks persuasi (lingkungan hidup, kondisi sosial, atau keragaman budaya) yang dibaca dan didengar. Pemilihan kompetensi dasar (KD) disesuaikan dengan kurikulum yang berlaku, yaitu Kurikulum 2013.

Media pembelajaran yang dirancang berdasarkan hasil analisis campur kode pada tayangan video *review* kosmetik pada akun *youtube @ini_vindy*. Tujuan pembuatan media pembelajaran tersebut bermaksud untuk memudahkan dan menambahkan referensi guru terhadap media pembelajaran dalam menyampaikan materi pada proses pembelajaran. Media pembelajaran video dapat disaksikan melalui kanal *youtube* dengan mengakses tautan berikut ini <https://youtu.be/rCMMGDui6kY>

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan data campur kode pada tayangan *youtube* pada akun @ini_vindy yang sudah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Jenis-jenis campur kode pada tayangan video *review* kosmetik dalam akun *youtube* @ini_vindy terdapat campur kode yang berasal dari bahasa daerah maupun bahasa asing. Jenis-jenis campur kode pada tayangan video *review* kosmetik terdiri dari penggunaan bahasa Indonesia, bahasa Inggris dan bahasa Jawa. Adapun hasil analisis campur kode ke dalam, campur kode ke luar dan campur kode campuran. Hasil klasifikasi jenis-jenis campur kode yang paling banyak muncul adalah campur kode campuran, penutur sering sekali mencampurkan bahasa Indonesia, bahasa Jawa dan Bahasa Inggris dikarenakan adanya faktor keinginan untuk menjelaskan dan menafsirkan sesuatu, adanya faktor identifikasi peranan sehingga penutur menyisipkan bahasa dialek bahasa Jawa untuk mencairkan suasana dan juga ingin menonjolkan dirinya yang berprofesi sebagai *beauty vlogger* dari Jawa.
2. Bentuk-bentuk campur kode pada tayangan video *review* kosmetik dalam akun *youtube* @ini_vindy berdasarkan bentuknya terdiri dari campur kode berwujud kata, campur kode berwujud frasa, campur kode berwujud baster, campur kode berwujud perulangan kata, campur kode berwujud klausa. Hasil klasifikasi bentuk-bentuk campur kode yang paling banyak muncul adalah campur kode berwujud kata, karena penutur terbiasa menyisipkan bahasa dialek yaitu bahasa Jawa untuk mencairkan suasana pada saat mengulas suatu produk dan mengakrabi penonton dengan sapaannya menggunakan bahasa daerah. Dengan adanya pemakaian bahasa daerah pada video tayangan *review* kosmetik Vindy akan berdampak positif, karena pemakaian jargon tersebut masyarakat yang berasal dari daerah selain Jawa bisa mengenal bahasa baru.
3. Faktor terjadinya campur kode pada tayangan video *review* kosmetik dalam akun *youtube* @ini_vindy terdiri dari identifikasi peranan, identifikasi ragam, keinginan untuk menjelaskan dan menafsirkan. Dalam konten video Vindy sering sekali menggunakan bahasa secara nonformal dan santai. Sehingga adanya fenomena percampuran menggunakan bahasa lain untuk mendukung satu fungsi bahasa sebagai tujuan tertentu, hal tersebut menjadi penyebab terjadinya campur kode.

Ucapan terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Cut Nuraini, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Sutri, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan sehingga artikel jurnal ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, A. (2014). *Linguistik Umum (Edisi Revisi)*. PT Rineka Cipta.
- Chaer, A., & Agustina. (2010). *Sosiolinguistik (Edisi Revisi)*. PT. Rineka Cipta.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Suandi, I. N. (2014). *Sosiolinguistik*. Graha Ilmu.
- Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. (2019). Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. *Journal of Civic Education*, 2(4), 313–323.
<https://doi.org/10.24036/jce.v2i4.135>

Suwito. (1983). Pengantar Awal: Sociolinguistik Teori dan Problema (Edisi ke-2).
Henary Offset Solo.