

CAMPUR KODE DALAM INTERAKSI PENJUAL DAN PEMBELI DI PASAR GAMPING KABUPATEN SLEMAN

Ahmad Fajar Permana, Nina Widyaningsih

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Yogyakarta

email: fadliranhi@email.com

ABSTRAK

Campur kode dalam Interaksi Penjual dan Pembeli di Pasar Gamping Kabupaten Sleman. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi fenomena campur kode yang terjadi dalam interaksi penjual dan pembeli di Pasar Gamping, Sleman, DI Yogyakarta. Latar belakang penelitian ini berfokus pada keberagaman bahasa yang digunakan dalam konteks sosial, di mana penjual dan pembeli sering mencampurkan bahasa Indonesia dan bahasa daerah dalam percakapan sehari-hari. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui rekam, simak, dan catat. Data diperoleh dari interaksi langsung di lapangan, yang kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi jenis-jenis campur kode. Hasil penelitian menunjukkan adanya campur kode ke dalam (*inner code mixing*) dan campur kode campuran (*hybrid code mixing*) yang melibatkan penggunaan bahasa Indonesia, bahasa Jawa dan bahasa Inggris dalam percakapan. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat enam data yang dianalisis, di mana lima di antaranya merupakan jenis campur kode ke dalam (*inner code mixing*) dan satu data lainnya termasuk dalam jenis campur kode campuran (*hybrid code mixing*). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian sociolinguistik, khususnya dalam memahami dinamika interaksi lintas budaya di masyarakat multibahasa, serta memperkaya pemahaman tentang penggunaan bahasa dalam konteks pasar tradisional. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyoroti fenomena linguistik, tetapi juga mencerminkan keberagaman sosial dan budaya di Indonesia.

Kata kunci: Campur kode, Pasar Tradisional

ABSTRACT

Code Mixing in the Interaction Between Sellers and Buyers at Pasar Gamping, Sleman Regency. This study aims to identify the phenomenon of code mixing that occurs in the interactions between sellers and buyers at Pasar Gamping, Sleman, DI Yogyakarta. The background of this research focuses on the diversity of languages used in social contexts, where sellers and buyers often mix Indonesian and regional languages in their daily conversations. The method used is qualitative descriptive, with data collection techniques involving recording, listening, and noting. Data were obtained from direct interactions in the field, which were then analyzed to identify the types of code mixing. The results of the study indicate the presence of inner code mixing and hybrid code mixing, involving the use of Indonesian, Javanese, and English in conversations. Based on the findings, there are six data points analyzed, of which five are classified as inner code mixing and one as hybrid code mixing. This research is expected to contribute to the field of sociolinguistics, particularly in understanding the dynamics of cross-cultural interactions in multilingual societies, as well as enriching the understanding of language use in traditional market contexts. Thus, this study not only highlights linguistic phenomena but also reflects the social and cultural diversity in Indonesia.

Keywords: Code Mixing, Traditional Market

PENDAHULUAN

Bahasa memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia sebagai alat komunikasi. Sebagai makhluk sosial, manusia memanfaatkan bahasa untuk berinteraksi, baik dalam lingkungan formal maupun informal. Keraf (1994) mendefinisikan bahasa sebagai alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Bahasa juga memungkinkan manusia untuk mewariskan budaya dan pengetahuan kepada generasi mendatang.

Dalam masyarakat Indonesia, keberagaman bahasa menjadi ciri khas. Setiap individu minimal menguasai bahasa Indonesia dan bahasa daerah. Keberagaman ini sering kali memunculkan fenomena campur kode, yaitu penyisipan unsur dari satu bahasa ke bahasa lain dalam suatu tuturan. Chaer (2004) menjelaskan bahwa campur kode melibatkan satu kode utama yang berfungsi, sedangkan kode sisipan hanya berupa serpihan tanpa fungsi otonom. Fenomena ini menjadi bagian dari komunikasi sehari-hari di berbagai konteks sosial, termasuk di pasar tradisional.

Pasar tradisional, seperti Pasar Gamping di Sleman, DI Yogyakarta

adalah tempat dimana penjual dan pembeli dari berbagai daerah berinteraksi menggunakan berbagai bahasa. Kontak langsung antarindividu dari latar belakang bahasa yang berbeda memicu terjadinya campur kode. Misalnya, seorang penutur bisa saja menggunakan bahasa Indonesia sebagai dasar namun menyisipkan kata atau frasa dari bahasa daerah seperti Jawa, Minang, atau Melayu.

Fenomena campur kode di Pasar Gamping dapat terjadi baik secara sadar maupun tidak sadar, tergantung pada tujuan komunikasinya. Menurut Depdiknas (2008), penyisipan dalam tuturan merupakan proses mencampurkan bahasa yang dapat melibatkan bahasa daerah, bahasa asing, atau bahasa nasional. Proses ini mencerminkan adaptasi bahasa yang terjadi dalam konteks sosial tertentu.

Campur kode di pasar tradisional sering dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan kosakata, popularitas istilah tertentu, dan latar belakang penutur. Chaer dan Agustina (2010) menambahkan bahwa faktor lain meliputi topik pembicaraan, tujuan komunikasi, dan situasi pembicaraan. Campur kode bukan hanya fenomena linguistik, tetapi juga menunjukkan

bagaimana masyarakat menyesuaikan bahasa dengan kebutuhan komunikasi mereka.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dalam penelitian memilih judul “Campur Kode Dalam Interaksi Penjual Dan Pembeli Di Pasar Gamping Kabupaten Sleman”. Pentingnya penelitian ini adalah karena penggabungan berbagai bahasa dalam interaksi di pasar tradisional menciptakan fenomena komunikasi yang menarik. Penelitian berfokus pada tuturan yang terjadi di Pasar Gamping, dimana ditemukan banyak variasi bahasa yang digunakan oleh penjual dan pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga cerminan dari keberagaman sosial dan budaya di Indonesia. Dengan memahami fenomena campur kode, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian sociolinguistik, khususnya dalam konteks pasar tradisional. Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan kajian linguistik di masa mendatang, sekaligus memperkaya pemahaman tentang interaksi lintas budaya di masyarakat multibahasa.

Bahasa

Chaer dan Agustina (2010:11) menyatakan bahwa bahasa merupakan sebuah sistem, yang berarti bahasa terdiri atas sejumlah komponen yang memiliki pola tetap dan dapat dijelaskan melalui kaidah. Pendapat berbeda disampaikan oleh Bloomfield, “Bahasa adalah system lambang berubah bunyi yang bersifat sewenang-wenang (arbitrer) yang dipakai oleh anggota-anggota masyarakat untuk saling berhubungan dan berinteraksi” (dalam Sumarsono dan Partana, 2004: 18)

Aristoteles (dalam Saddhono, 2009:13) berpendapat bahwa a bahasa adalah sebagai alat manusia untuk mengekspresikan pikiran dan perasaannya. Sementara itu, Oka dan Suparno (1994:104) mengemukakan bahwa merupakan tingkah laku manusia yang sekaligus juga merupakan kebiasaan manusia. Selain itu, definisi “bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang dipergunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerjasama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri”, juga diungkapkan oleh Achmad dan Abdullah (2012:3).

Campur Kode

Campur kode merupakan suatu

kondisi berbahasa lain ketika orang mencampur dua atau lebih suatu ahasa atau ragam bahasa dalam suatu tindak bahasa tanpa ada sesuatu dalam keadaan berbahasa yang menuntut percampuran bahasa itu, (Afria, 2016). Dalam fenomena ini, terdapat penyisipan unsur bahasa yang satu ke dalam bahasa lainnya. Berdasarkan unsur serapan yang mendasari peristiwa ini, campur kode terbagi menjadi tiga jenis sebagaimana dijelaskan oleh Rahim dan Arifuddin (2020):

a) Campur kode ke dalam (*inner code mixing*)

Yuliana dkk (2015) campur kode ke dalam yaitu seseorang yang dalam pemakaian bahasa Indonesia banyak menyisipkan unsurunsur bahasa daerah, atau sebaliknya. Contohnya, dalam penggunaan bahasa Indonesia terdapat penyisipan kata atau frasa dari bahasa Jawa, Sunda, Batak, dan sebagainya.

b) Campur kode ke luar (*outer code mixing*)

Yuliana dkk (2015) menjelaskan campur kode keluar adalah campur kode yang menyerap unsur-unsur bahasa asing. Contohnya, dalam penggunaan bahasa Indonesia terdapat penyisipan kata atau frasa dari bahasa asing seperti

Cina, Korea, Inggris, Arab, Belanda, Prancis dan sebagainya

c) Campur kode *campuran (hybrid code mixing)*

Chaer & Agustina (2004) menerangkan campur kode campuran adalah campur kode yang di dalam (mungkin klausa atau kalimat) telah menyerap unsur bahasa melayu, Cina, Jawa (bahasa daerah) dan bahasa asing

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Arikunto (dalam Mersita, 2018), metode deskriptif digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai gejala tertentu yang bersifat apa adanya pada saat penelitian berlangsung. Subjek penelitian ini merupakan penjual dan pembeli yang terlibat dalam interaksi sosial di Pasar Gamping, yang berlokasi di Jalan Wates KM 5, Ambarketawang, Kec. Gamping, Kab. Sleman, DI Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan. Alat yang digunakan adalah gawai dan laptop untuk merekam percakapan serta mencatat hasil percakapan yang telah didengarkan. Teknik pengumpulan data yang diterapkan oleh peneliti meliputi

teknik rekam, simak, dan catat. Pendekatan ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam proses pengumpulan data. Teknik rekam dilakukan saat peneliti berada di lapangan, di mana peneliti merekam interaksi antara penjual dan pembeli di Pasar Gamping secara langsung, sehingga memudahkan identifikasi alih kode dan campur kode. Selanjutnya, menurut Mahsun (dalam Meylinasari & Rusminto, 2016), teknik simak dilakukan dengan memperhatikan penggunaan bahasa. Peneliti menyimak percakapan antara penjual dan pembeli di Pasar Gamping, dengan fokus pada mendengarkan rekaman yang telah diperoleh. Teknik catat digunakan untuk mencatat data yang bersumber dari rekaman yang telah didapatkan, dengan mengelompokkan percakapan yang termasuk dalam kategori campur kode. Selain itu, teknik analisis data yang digunakan meliputi mereduksi data dengan memilah percakapan yang akan diteliti, kemudian mendeskripsikan data dengan menggambarkan hasil percakapan yang telah disusun dan dikelompokkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Suandi (dalam Juariah et al., 2020) menjelaskan bentuk campur kode

dibedakan menjadi 3, yaitu campur kode ke dalam (*inner code mixing*), campur kode keluar (*outer code mixing*), dan campur kode campuran (*hybrid code mixing*). Pada penelitian ini ditemukan lima data campur kode ke dalam (*inner code mixing*) dan satu data campur kode campuran (*hybrid code mixing*). Adapun data dan pembahasannya sebagai berikut:

a. Interaksi Penjual Jajanan Pasar dan Pembeli

Data 1 sampai dengan data 4 diperoleh dari interaksi penjual jajanan pasar dengan para pembeli di sebuah pasar tradisional pada pukul 09.40 WIB, hari Selasa, 21 Oktober 2024. Penjual Jajanan Pasar (PJP) adalah seorang wanita paruh baya berusia sekitar 60 tahun. Ia menggunakan batik bermotif bunga, berkerudung warna hijau telur asin, serta memakai sandal swallow berwarna biru dan berkulit sawo matang. Kemudian, terlihat beberapa pembeli yang merupakan rombongan teman seusia berjenis kelamin laki-laki, diperkirakan berusia awal 20-an tahun. Pembeli 1 (PB 1) mengenakan kemeja biru tua, membawa tas sekolah, bercelana hitam, dan bersepatu. Kulitnya berwarna sawo matang. Pembeli 2 (PB

2) memakai baju batik berwarna coklat dan putih, berkacamata, membawa tas sekolah, bercelana kain, serta bersepatu. Penampilannya rapi dengan kulit sawo matang. Pembeli 3 (PB 3) mengenakan kemeja berwarna *cream*, membawa tas selempang, bersepatu, dan berkulit sawo matang. Pembeli 4 (PB 4) ber*hoodie* hitam, bercelana hitam, dan bersandal serta memiliki kulit sawo matang.

Data 1

- PB 1 : *“Bu, Serabi ini pinten?”*
PJP : *“Siji, sewu mang atus, nek sak plastik pitu setengah”*
PB 2 : *“Satu, seribu lima ratus bu?”*
PB 1 : *“Nek sek iki pitu setengah”*
PB2 : *“Satu paket?”*
PB 1 : *“Satu paket po? Nek sak paket pitu setengah. Nek sijine sewu mangatus”*
PJP : *“Nggeh, sami mawon”*

Berdasarkan penggalan percakapan di atas, bentuk campur kode ke dalam terjadi oleh Pembeli 1. Pada awal percakapan, Pembeli 1 bertanya, "Bu, Serabi ini pinten?" Kata *serabi* merujuk pada jenis makanan, sedangkan kata *pinten* berasal dari Bahasa Jawa

yang berarti *berapa* dalam bahasa Indonesia. Penjual merespons dalam bahasa Jawa dengan kalimat, "Siji, sewu mang atus, nek sak plastik pitu setengah" yang berarti "Satu, seribu lima ratus, kalau satu plastik tujuh setengah" dalam bahasa Indonesia. Kemudian, Pembeli 2 menanyakan kembali harga untuk satuan serabi dalam Bahasa Indonesia sepenuhnya. Pembeli 1 merespons dalam campuran bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia dengan menunjukkan harga untuk satu paket serabi sambil berkata, "Nek sek iki pitu setengah", yang berarti "Kalau yang ini tujuh setengah" dalam bahasa Indonesia. Ketika Pembeli 2 bertanya harga satuan serabi dalam bahasa Indonesia sepenuhnya, Pembeli 1 merespons dengan mencampur kembali bahasa Jawa dan Indonesia, "Nek sak paket pitu setengah. Nek sijine sewu mangatus," yang berarti "Kalau satu pket tujuh setengah. Kalau satunya seribu lima ratus" yang memperjelas perbedaan harga satuan dan paket.

Data 2

- PB 1 : *“Ager-ager do gelem po ra?”*
PB 2 : *“Nambah wae kalau mau”*

Berdasarkan penggalan percakapan di atas, bentuk campur kode

ke dalam terjadi oleh Pembeli 2. Awalnya Pembeli 1 bertanya menggunakan bahasa Jawa sepenuhnya. Kemudian Pembeli 2 meresponnya dengan dengan berkata “Nambah wae kalau mau” Kata *wae* berasal dari bahasa Jawa yang berarti *saja* dalam bahasa Indonesia.

Data 3

- PB 1 : “Bu sampun Bu?”
PJP : “Songolas ewu mas”
PB 1 : “Sembilan belas ribu?”
PJP : “*Enggeh. Sek seribu nopo?*”
PB 1 : “*Yang seribuan apa Bu? Ya udah klepon mawon Bu. Pas nggeh Bu?*”
PS : “Nggeh mas”

Berdasarkan penggalan percakapan di atas, bentuk campur kode ke dalam terjadi oleh Penjual dan Pembeli 1. Penjual menggunakan kata *enggeh* dalam Bahasa Jawa yang berarti *iya* dalam bahasa Indonesia, sebagai respons atas pertanyaan pembeli 1. Kemudian, penjual juga menanyakan apakah pembeli 1 ingin menambah jajanan pasar lainnya dengan berkata menggunakan bahasa Jawa, “*Sek seribu nopo?*” yang berarti “Yang seribu apa?” dalam bahasa Indonesia. Pembeli 1 lalu

bertanya lebih lanjut mengenai pilihan jajanan yang seharga seribu rupiah. Setelah itu, pembeli 1 memutuskan untuk memilih klepon dengan berkata, “Ya udah klepon mawon Bu.” Kata *mawon* berasal dari bahasa Jawa yang berarti *saja*. Di akhir pembeli 1 memastikan bahwa total harga sudah sesuai dengan bertanya, “Pas nggeh Bu?” kata *nggeh* berasal dari bahasa Jawa yang berarti *ya* dalam bahasa Indonesia.

b. Interaksi Penjual Sembako dan Pembeli

Data 1 sampai dengan data 3 diperoleh dari interaksi penjual sembako dan pembelinya di Pasar Gamping pada pukul 10.00 WIB pada hari Senin 21 Oktober 2024. Penjual Sembako (PS) adalah seorang wanita paruh baya usia sekitar 65 tahun menggunakan baju gamis berwarna merah yang senada dengan warna jilbab dan menggunakan jarik batik berwarna coklat. Pembeli 1 merupakan seorang wanita berusia sekitar 48 tahun menggunakan kaos berwarna biru, berkerudung *cream*, bercelana hitam, dan mengikat jaket di pinggang. Kemudian, terlihat beberapa pembeli yang merupakan rombongan teman seusia berjenis kelamin laki-laki, diperkirakan berusia awal 20-an tahun.

Pembeli 2 (PB 2) menggunakan batik berwarna coklat dan putih, memakai kacamata, membawa tas sekolah, bercelana hitam, bersepatu, dengan kulit sawo matang. Pembeli 3 (PB 3) menggunakan kemeja berwarna *cream*, membawa tas slempang, bersepatu, dengan kulit sawo matang. Pembeli 4 (PB 4) memakai hoodie berwarna hitam, bercelana hitam, memakai sandal, dengan kulit sawo matang.

Data 1

PB 4 : “**Niki *teajus sak renteng pinten bu?***”

Berdasarkan penggalan percakapan di atas, bentuk campur kode campuran dapat dilihat dari pertanyaan Pembeli 4. Awalnya pembeli menggunakan Bahasa Jawa *niki* yang berarti *ini*, *sak renteng* yang berarti *satu renteng*, dan *pinten* yang berarti *berapa* dalam Bahasa Indonesia untuk menanyakan harga produk. Sementara itu, istilah *teajus* berasal dari Bahasa Inggris, yaitu gabungan dari kata *tea* (teh) dan *juice* (jus), yang mengacu pada nama sebuah produk minuman teh instan. Campur kode ini terjadi karena pembeli menyesuaikan bahasa dengan konteks sosial dan budaya. Sementara

itu, bahasa Inggris digunakan untuk menyebut merek atau produk, yang sering kali tidak diterjemahkan dalam percakapan sehari-hari.

Data 2

PB 2 : “***Niku Tango e serenteng pinten bu?***”

PS : “***Sembilan ribu, pripun mas?***”

PB 4 : “***Sak renteng aja?***”

Berdasarkan penggalan percakapan di atas, bentuk campur kode ke dalam dapat dilihat dari Pembeli 2 dan Pembeli 4 dengan Penjual. Pembeli 2 bertanya, “*Niku Tango e serenteng pinten bu?*” kata *niku* berasal dari bahasa Jawa yang berarti *itu* dan *pinten* yang berarti *berapa* dalam bahasa Indonesia, sementara *tango* (merek produk) dan *serenteng* berasal dari bahasa Indonesia. Penjual Sembako menjawab dengan menggunakan Bahasa Indonesia saat menyebutkan nominal harga, yaitu sembilan ribu, untuk memberikan informasi angka secara jelas. Kemudian, penjual beralih menggunakan Bahasa Jawa dengan kata *pripun* yang berarti bagaimana dan sapaan *mas* yang menunjukkan rasa hormat kepada pembeli. Pembeli 4 menanggapi dengan menggunakan Bahasa Jawa *sak renteng*

yang berarti satu renteng, sementara kata *aja* berasal dari Bahasa Indonesia, yang berarti *saja*. Campur kode ini terjadi karena pembeli dan penjual secara alami mencampurkan dua bahasa untuk menyampaikan maksudnya dengan lebih akrab dan efisien.

Data 3

PS : *“Nggeh. Tiga tiga sama empat, sembilan ribu dadine enam belas tiga ratus susuk e telu pitu nggeh.”*

Penjual bermaksud menghitung total belanja pembeli.

Berdasarkan penggalan percakapan di atas, bentuk campur kode ke dalam dapat dilihat oleh Penjual yang menggunakan Bahasa Jawa seperti *nggeh* yang berarti *iya* dalam bahasa Indonesia, *dadine* yang berarti *jadinya*, dan *susuk e telu pitu nggeh* yang berarti *kembaliannya tiga ribu tujuh ratus ya* dalam bahasa Indonesia. Di sisi lain, penjual menyisipkan Bahasa Indonesia saat menyebutkan nominal harga yaitu, "Tiga tiga sama empat" dan "nam belas tiga ratus." Penggunaan Bahasa Indonesia untuk angka bertujuan agar

informasi lebih jelas dan mudah dipahami.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi fenomena campur kode yang terjadi dalam interaksi penjual dan pembeli di Pasar Gamping, Sleman, DI Yogyakarta. Terdapat enam data yang dianalisis, di mana lima di antaranya merupakan jenis campur kode ke dalam (*inner code mixing*) dan satu data termasuk dalam campur kode campuran (*hybrid code mixing*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi ini melibatkan penggunaan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Inggris, mencerminkan keberagaman bahasa yang ada dalam masyarakat. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi kajian sosiolinguistik, khususnya dalam memahami dinamika interaksi lintas budaya di pasar tradisional, serta memperkaya pemahaman tentang penggunaan bahasa dalam konteks sosial yang multibahasa.

DAFTAR PUSTAKA

Chaer, A & Leonie, A. (2010). *Sosiolinguistik perkenalan Awal*. Rineka Cipta. Jakarta

- Sumarsono dan Paina Partana. 2002. *Sosiolinguistik*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta..
- Saddhono. 2009. *Pengantar Teori Bahasa*. Gramedia. Bandung.
- Chaer, A dan Leoni Agustina. 2004. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Achmad dan Abdullah, 2012. *Pembelajaran Bahasa Indonesia*. Gramedia. Bandung.
- Suandi. 2014. *Sosiolinguistik*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Mahsun. 2012. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Depdiknas, (2008), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Lestari, P., & Rosalina, S. (2024). Alih Kode dan Campur Kode dalam Interaksi Sosial antara Penjual dan Pembeli. *DISASTRA: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(1), 11-19.
- Setiawan, A. (2024). Alih Kode Dan Campur Kode Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Masyarakat Dusun Bugel Kampung Laut Cilacap (Pengembangan Bahan Ajar Teks Ulasan).
- Rahim, A. R., Arifuddin, A., & Thaba, A. (2020). Alih kode dan campur kode penjual dan pembeli di pasar pabbaeng baeng kota makassar. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 4(1), 245-261.
- Fauzi, R. A., & Tressyalina, T. (2021). Alih Kode dan Campur Kode dalam Transaksi Antara Penjual dan Pembeli di Pasar Modern Teluk Kuantan Riau. *Kajian Linguistik Dan Sastra*, 5(2), 113-122.
- Purwanti, N., Asia, M., & AJ, A. A. (2024). Alih Kode Dan Campur Kode Bahasa Makassar Ke Bahasa Bugis Di Pelelangan Ikan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng. *Journal of Applied Linguistics and Literature*, 2(1), 424-437.
- Aulia, R. (2021). *Campur Kode Dalam Tuturan Penjual Dan Pembeli Di Pasar Cik Puan Jalan Tuanku Tambusai Kecamatan Sukajadi Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Mahsun. 2012. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada

- Rahim, A. R., Arifuddin, A., & Thaba, A. (2020). Alih Kode dan Campur Kode Penjual dan Pembeli di Pasar Pabbaeng Baeng Kota Makassar. *Kredo: Jurnal Ilmiah Bahasa Dan Sastra*, 4(1), 245–261
- Yuliana, N., Luziana, A. R., & Sarwendah, P. (2015). “Code-mixing and code-switching of Indonesian celebrities”. A comparative study. *Lingua Cultura*, 9(1), 47–54.