Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial
Volume 4, Issue 5, December 2026, p 111-127
E-ISSN: 3025-6704
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.24097331

Variasi Bahasa, Diglosia Jawa-Indonesia, dan Kode Bahasa dalam Interaksi Pendampingan UMKM di Kelurahan Tingkir Tengah, Salatiga

Language Variation, Javanese-Indonesian Diglossia, and Language Codes in MSME Mentoring Interactions in Tingkir Tengah Urban Village, Salatiga

Imam Baehaqie[1], Rustono[2], Hikmatul Amelia[3*]
[1,2,3]Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia

ARTICLE INFO
Article history:
Received 05 October 2026
Revised 15 October 2026
Accepted 29 October 2026
Available online 11 November 2026

Keywords
language variation, diglossia, restricted and elaborated codes, MSME, case study

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2026 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT
This article, entitled "Language Variation, Javanese-Indonesian Diglossia, and Language Codes in MSME Mentoring Interactions in Tingkir Tengah Village, Salatiga," describes language variation, Javanese-Indonesian diglossia, and restricted and elaborated codes in micro, small, and medium enterprise (MSME) mentoring during a community service program. It used a descriptive qualitative single-case design grounded in Labov's language variation, Ferguson and Fishman's diglossia, and Bernstein's codes. Data comprised spoken utterances, WhatsApp messages, and promotional texts from one mentored enterprise, a producer of vapor blasting machines, collected through participant observation, recording and note-taking, and documentation, then analyzed through reduction, classification, interpretation, and conclusion drawing, with triangulation across the three data types. Language choice appeared to follow situation, interlocutor, and medium, while the effect of social background could not be assessed with a single informant. Indonesian filled most utterances; Javanese appeared only as ngoko in familiar talk, and neither madya nor krama appeared. In spoken utterances, restricted code outnumbered elaborated code, which appeared when the owner explained products and reasons to interlocutors lacking the necessary background. These findings suggest authentic tasks for teaching speaking and writing, and, as a single case, are not generalized.

ABSTRAK
Artikel berjudul "Variasi Bahasa, Diglosia Jawa-Indonesia, dan Kode Bahasa dalam Interaksi Pendampingan UMKM di Kelurahan Tingkir Tengah, Salatiga" mendeskripsikan variasi bahasa, pola diglosia, serta kode terbatas dan elaboratif dalam pendampingan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Penelitian berpendekatan kualitatif deskriptif dengan rancangan studi kasus tunggal dan landasan teori variasi bahasa Labov, diglosia Ferguson dan Fishman, serta kode Bernstein. Data berupa tuturan lisan, percakapan WhatsApp, dan teks promosi dari satu UMKM binaan produsen mesin vapor blasting, yang dikumpulkan melalui observasi partisipatif, simak-catat atau rekam, dan dokumentasi, lalu dianalisis melalui reduksi, klasifikasi, interpretasi, dan penarikan simpulan dengan triangulasi tiga jenis data. Pilihan variasi tampak mengikuti situasi, mitra tutur, dan sarana, sedangkan pengaruh faktor sosial penutur tidak dapat dinilai karena informannya tunggal. Bahasa Indonesia mengisi sebagian besar tuturan, bahasa Jawa hanya muncul sebagai ngoko pada tuturan akrab, dan tingkat madya serta krama tidak muncul. Pada tuturan lisan, kode terbatas lebih banyak dipakai daripada kode elaboratif, yang muncul ketika pelaku usaha menjelaskan produk dan alasan kepada mitra tutur yang belum mengetahuinya. Temuan ini berimplikasi pada pembelajaran berbicara dan menulis dan tidak digeneralisasi ke pelaku UMKM lain.

PENDAHULUAN

Pendampingan UMKM mempertemukan dua kebutuhan berbahasa sekaligus, yaitu komunikasi akrab antarwarga dan komunikasi eksplisit untuk menjelaskan serta mempromosikan produk. Kedua kebutuhan itu menuntut penutur memilih ragam, bahasa, dan kode yang berbeda dalam satu rangkaian kegiatan.

*Corresponding Author
e-mail: hikmatulameliaa17@students.unnes.ac.id

Banyak penutur dalam masyarakat Jawa dwibahasa. Bahasa Jawa dominan dalam percakapan sehari-hari, sedangkan bahasa Indonesia lazim dipakai dalam situasi resmi dan pendidikan. Pola ini digambarkan oleh Ntou (2024), yang menempatkan bahasa Indonesia sebagai ragam tinggi dan bahasa Jawa sebagai ragam rendah, sambil mencatat bahwa bahasa Jawa sendiri bertingkat menjadi ngoko, madya, dan krama. Pergeseran dari gaya Jawa yang formal ke bahasa Indonesia, terutama pada generasi muda yang menempuh pendidikan, juga telah didokumentasikan di Jawa Tengah (Smith-Hefner, 2009). Penelitian pada generasi muda Surakarta menemukan bahwa bahasa Indonesia berfungsi sebagai ragam tinggi pada konteks formal dan bahasa Jawa sebagai ragam rendah pada interaksi nonformal, dengan krama dipakai kepada orang yang lebih tua dan ngoko kepada sebaya (Herwindya Bw & Pawito, 2026). Namun, penguasaan tingkat tutur tidak merata pada penutur muda, misalnya dalam memilih bentuk kata kerja yang tepat di Magelang (Atmawati, 2021) dan dalam penguasaan krama pada penutur Jawa di Mesuji Raya, Sumatra Selatan (Muslihah & Suryadi, 2019). Kondisi ini membuat pilihan bahasa dalam satu peristiwa tutur tidak pernah netral karena pilihan itu menandai hubungan, situasi, dan tujuan penutur.

Pendampingan UMKM adalah peristiwa tutur nyata dalam pengertian Hymes (1974), yakni kegiatan berbahasa yang terikat pada latar, peserta, tujuan, dan norma tertentu. Pelaku usaha dituntut berbicara, misalnya menjelaskan produk dan bernegosiasi, serta menulis, misalnya membuat pembukuan, takarir (*caption*) media sosial, dan spanduk. Di Kelurahan Tingkir Tengah, Salatiga, kegiatan pendampingan dalam program KKN menghadirkan situasi ini secara langsung, karena warga dan mahasiswa berinteraksi dalam suasana akrab sekaligus membahas hal-hal teknis usaha.

Kajian tentang diglosia Jawa-Indonesia banyak berlatar sekolah. Saddiyah dan Rokhman (2018) menemukan bahwa di sekolah menengah atas di Kabupaten Tegal, bahasa Indonesia baku dan bahasa Jawa tertentu menempati ragam tinggi pada situasi formal, sedangkan bahasa Indonesia tidak baku dan bahasa Jawa menempati ragam rendah pada situasi nonformal. Sari dan Baehaqie (2026) meneliti interaksi warga SMP Negeri 1 Kunduran dan melaporkan bahwa variasi bahasa dipengaruhi kelas sosial, usia, jenis kelamin, identitas kelompok, dan konteks komunikasi. Mereka juga menemukan bahwa bahasa Indonesia berfungsi sebagai ragam tinggi pada situasi formal dan bahasa Jawa sebagai ragam rendah pada komunikasi nonformal, serta bahwa kode terbatas muncul dalam interaksi santai dan kode elaboratif dalam komunikasi kelas yang formal.

Di luar sekolah, Sudono (2014) meneliti ranah transaksi di pasar tradisional di Kabupaten Pati. Ia menemukan bahwa bahasa Jawa dominan, tingkat tutur ngoko paling sering dipakai, dan ragam ringkas (kode terbatas) jauh lebih banyak daripada ragam lengkap (kode elaboratif) karena transaksi menuntut tuturan yang singkat. Pada pedagang jamu di pasar Magetan, pilihan ngoko, krama, dan bahasa Indonesia berganti menurut keakraban dan latar pembeli, disertai alih kode dan campur kode (Kartikasari, 2023). Pada penutur Jawa di Mesuji Raya, bahasa Jawa lebih banyak dipakai dalam transaksi jual beli di lingkup desa, sedangkan di luar desa mereka memakai bahasa campuran (Muslihah & Suryadi, 2019). Pada sisi tulisan, Istiningdias dkk. (2025) menganalisis 240 takarir Instagram pelaku UMKM batik Pekalongan-Lasem dan menemukan dua paket wacana promosi, yaitu paket warisan dan paket global-trendi. Mereka sendiri mencatat bahwa variasi penggunaan bahasa daerah dalam data itu belum dipisahkan secara sistematis. Pada media sosial, campur kode bahasa Jawa dan bahasa Indonesia juga dimanfaatkan sebagai media promosi pada sebuah akun, yang menurut Zahro dan Solihati (2024) disertai bertambahnya pengikut, kerja sama dengan perusahaan besar, dan habisnya produk yang ditawarkan.

Penelitian ini memakai tiga teori sosiolinguistik sebagai alat analisis dan satu konsep pembelajaran sebagai muara implikasi. Labov (1972b) memandang variasi bahasa sebagai gejala yang sistematis, bukan penyimpangan acak. Variasi itu berkorelasi dengan faktor sosial seperti usia, kelas sosial, dan jenis kelamin, serta dengan situasi tutur. Ringkasan karya Labov oleh Sankoff (2024) menegaskan bahwa model variasi berbasis kelas dan gender dari Labov tetap menjadi dasar kajian perubahan sosial dalam bahasa. Eckert (2012) menggolongkan kajian Labov sebagai gelombang pertama studi variasi, yang mengaitkan variasi dengan kategori demografis seperti kelas, usia, jenis kelamin, dan etnisitas, sebelum kajian berikutnya beralih ke kategori lokal dan makna sosial variasi. Dalam kepustakaan sosiolinguistik Indonesia, variasi lazim dipilah menurut penutur, pemakaian, keformalan, dan sarana (Chaer & Agustina, 2010). Pemilahan ini dipakai untuk mengklasifikasikan tuturan pelaku UMKM pada tujuan pertama. Karena penelitian ini berupa studi kasus pada satu pelaku usaha, klasifikasi memusatkan perhatian pada keformalan, mitra tutur, dan sarana, sedangkan usia dan jenis kelamin hanya dicatat sebagai latar informan.

Ferguson (1959) mendefinisikan diglosia sebagai situasi kebahasaan yang stabil, ketika dua ragam dari satu bahasa dibagi fungsinya: ragam tinggi (T) untuk situasi formal seperti pendidikan dan sastra, ragam rendah (R) untuk percakapan sehari-hari. Pada bahasa Indonesia, Sneddon (2003) menunjukkan bahwa situasi diglosik cocok dengan konsep Ferguson, tetapi kedua ragamnya tidak dipisahkan batas yang tegas karena membentuk kontinum. Fishman (1967) memperluasnya sehingga pembagian fungsi itu dapat terjadi antara dua bahasa yang berbeda, dan menghubungkannya dengan konsep ranah, yaitu konstelasi lokasi, topik, dan peserta tutur (lihat uraian dalam Sudono, 2014). Perluasan Fishman dikritik karena berisiko menyamakan diglosia dengan sekadar pembagian fungsi bahasa (Ntou, 2024).

Untuk masyarakat Jawa, Ntou (2024) memperluas model Fasold (1984) yang dinilai lebih sesuai, yaitu diglosia tumpang tindih ganda (*double overlapping diglossia*). Menurut Ntou (2024), bahasa Indonesia berperan sebagai ragam tinggi atas bahasa Jawa, sementara bahasa Jawa sendiri berlapis tingkat tutur ngoko, madya, dan krama. Kerangka ini dipakai pada tujuan kedua.

Bernstein (1971) membedakan kode terbatas, yang bergantung pada konteks dan asumsi bersama antarpenutur, dari kode elaboratif, yang menyatakan makna secara eksplisit sehingga dapat dipahami tanpa pengetahuan konteks. Maeba (2016), yang menerapkan teori Bernstein pada tuturan anak di Jepang, memakai pelesapan subjek dan partikel sebagai penanda ketergantungan tuturan pada konteks. Ia juga menegaskan bahwa pengelompokan menurut kode hanya menunjukkan kecenderungan, bukan berarti penutur kode terbatas tidak memiliki kode elaboratif. Labov (1972a) mengkritik tafsir defisit atas bahasa kelompok pekerja dan menegaskan bahwa ragam nonbaku berbeda fungsinya, bukan lebih rendah mutunya. Penelitian ini mengikuti pembacaan Labov, kedua kode dilihat sebagai pilihan fungsional menurut situasi, bukan sebagai tanda kemampuan tinggi atau rendah.

Dua penelitian terdahulu memberi pegangan operasional. Sudono (2014) membedakan ragam ringkas (kode terbatas) dari ragam lengkap (kode elaboratif) berdasarkan kelengkapan unsur tuturan, misalnya pelesapan subjek atau predikat. Anggraini dkk. (2025) menunjukkan bahwa pemilihan kode dipengaruhi konteks situasi tutur, yaitu genre, latar, peserta, isi pesan, dan tujuan, tidak hanya latar sosial ekonomi penutur. Keduanya dipadukan pada skema kode di bagian metode.

Keterampilan berbahasa mencakup menyimak, berbicara, membaca, dan menulis. Capaian pembelajaran Bahasa Indonesia tingkat lanjut Fase F dalam Kurikulum Merdeka menempatkan pembelajaran bahasa sebagai pembelajaran literasi untuk berbagai tujuan komunikasi dalam konteks sosial budaya, dan membedakan kemampuan reseptif (menyimak,

membaca dan memirsa) dari kemampuan produktif (berbicara dan mempresentasikan, serta menulis) (Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi [Kemendikbudristek], 2022). Penelitian ini memusatkan perhatian pada dua keterampilan produktif, karena pendampingan UMKM menuntut pelaku usaha berbicara untuk menjelaskan produk dan menulis untuk pembukuan dan promosi.

Dari rangkaian kajian tersebut tampak celahnya. Penelitian yang memadukan variasi bahasa, diglosia, dan kode bahasa pada satu konteks pendampingan UMKM, dengan data lisan, percakapan WhatsApp, dan teks promosi sekaligus, belum banyak dilakukan. Padahal konteks ini mempertemukan tuturan akrab berbahasa Jawa dengan tuntutan menulis eksplisit dalam bahasa Indonesia. Kebaruan penelitian ini terletak pada konteksnya, yakni bahasa yang dipakai pelaku UMKM dalam interaksi pendampingan KKN, dengan data lisan, percakapan WhatsApp, dan teks promosi yang dikaji melalui tiga teori sosiolinguistik tersebut, lalu dihubungkan dengan pembelajaran berbicara dan menulis.

Berdasarkan celah tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah (1) bagaimana variasi bahasa pelaku UMKM menurut situasi, mitra tutur, dan sarana tutur, (2) bagaimana pembagian fungsi bahasa Jawa dan bahasa Indonesia per ranah, dan (3) bagaimana penggunaan kode terbatas dan elaboratif serta kaitannya dengan keterampilan berbicara dan menulis.

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan (1) variasi bahasa pelaku UMKM menurut situasi, mitra tutur, dan sarana tutur, (2) pembagian fungsi bahasa Jawa dan bahasa Indonesia per ranah, dan (3) penggunaan kode terbatas dan elaboratif serta kaitannya dengan keterampilan berbicara dan menulis.

Secara teoretis, penelitian ini menambah penerapan teori Labov, Ferguson dan Fishman, serta Bernstein pada konteks usaha kecil. Secara praktis, penelitian ini memberi contoh situasi nyata untuk melatih siswa memilih ragam dan kode dalam pembelajaran berbicara dan menulis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif deskriptif dengan rancangan studi kasus tunggal dan pendekatan sosiolinguistik. Kasusnya adalah satu UMKM binaan pada kegiatan pendampingan KKN di Kelurahan Tingkir Tengah, Salatiga, dan tujuannya mendeskripsikan kasus itu secara rinci, bukan menggeneralisasi ke pelaku UMKM lain.

Subjek penelitian adalah satu UMKM binaan, yaitu UMKM-3 yang memproduksi mesin vapor blasting (identitas disamarkan), dengan pelaku usahanya sebagai informan tunggal dan mahasiswa KKN sebagai mitra tutur. Penelitian dilakukan di Kelurahan Tingkir Tengah, Salatiga, pada Oktober 2026 selama KKN Unnes GIAT 17, yang mencakup pendampingan manajemen usaha (3-15 Oktober) dan pendampingan promosi usaha (12-18 Oktober). Data berupa satu sesi wawancara lisan (43 tuturan pelaku usaha), empat pesan WhatsApp pelaku usaha, dan dua paragraf teks promosi (takarir) tulisan pelaku usaha, yang dikumpulkan melalui observasi partisipatif, simak-catat atau rekam dengan izin informan, dan dokumentasi.

Pengumpulan data memakai metode simak dan metode cakap (Sudaryanto, 1993), yaitu menyimak tuturan peserta pendampingan dengan teknik catat atau rekam, dan berbincang langsung dengan informan untuk melengkapi data. Cara ini sejalan dengan penelitian ranah transaksi oleh Sudono (2014). Setiap data diberi kode: U untuk tuturan lisan, W untuk percakapan WhatsApp, dan P untuk teks promosi, disusul nomor urut (misalnya U-07). Nomor urut tuturan pelaku usaha mengikuti urutan wawancara, sedangkan tuturan mahasiswa dinomori terpisah (U-44 sampai U-49) sehingga nomornya tidak menunjukkan urutan kejadian. Mahasiswa C adalah pelaku dalam pendampingan UMKM. Penutur U-48 (mahasiswa C) dan penutur U-49 adalah dua mahasiswa yang berbeda. Konteks setiap data dicatat ringkas menurut

komponen tutur Hymes (1974): latar, peserta, tujuan, urutan tindak tutur (termasuk topik), nada, sarana, norma, dan genre.

Analisis mengikuti empat langkah: reduksi data, klasifikasi menurut tiga teori, interpretasi, dan penarikan simpulan. Langkah ini serupa dengan yang dipakai Sari dan Baehaqie (2026) pada penelitian sejenis di sekolah. Klasifikasi memakai skema pada Tabel 1.

Tabel 1. *Skema klasifikasi data*

Rumusan masalah	**Yang diklasifikasikan**	**Indikator**
1. Variasi bahasa	Situasi, mitra tutur, dan sarana	Peran penutur dan mitra tutur, tingkat keformalan, dan sarana tutur; usia dan jenis kelamin hanya dicatat sebagai latar informan (Chaer & Agustina, 2010; Labov, 1972b)
2. Diglosia	Bahasa dan ragam per ranah	Ranah keluarga-akrab, transaksi-usaha, pendampingan edukatif, dan promosi tertulis; ragam tinggi atau rendah; tingkat tutur Jawa (ngoko) (Ferguson, 1959; Fishman, 1967; Fasold, 1984)
3. Kode bahasa	Kode terbatas atau elaboratif	Terbatas: bergantung konteks, rujukan tidak dinyatakan, unsur kalimat banyak dilesapkan. Elaboratif: rujukan dinyatakan, kalimat lengkap, istilah dijelaskan (Bernstein, 1971; Sudono, 2014)
3. Keterampilan	Berbicara dan menulis	Berbicara: kejelasan menjelaskan produk dan kesesuaian ragam dengan mitra tutur. Menulis: kelengkapan informasi takarir atau pembukuan dan kesesuaian ragam dengan tujuan

Indikator keterampilan pada baris terakhir Tabel 1 disusun penulis berdasarkan unsur berbicara dan menulis dalam capaian pembelajaran (Kemendikbudristek, 2022), dan dipakai sebagai alat baca, bukan sebagai penilaian kemampuan penutur.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi tiga jenis data pada satu pelaku usaha, yakni membandingkan temuan dari tuturan lisan, percakapan WhatsApp, dan teks promosi. Karena informannya tunggal, triangulasi ini menguji konsistensi temuan antarsarana, bukan antarinforman, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi ke pelaku usaha lain. Perekaman dilakukan dengan persetujuan lisan, dan identitas informan disamarkan dengan kode. Percakapan WhatsApp hanya dianalisis dengan izin peserta percakapan, dan teks promosi yang diunggah publik dikodekan tanpa menyebut nama akun, mengikuti prinsip pedoman etika riset internet (franzke dkk., 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan dan membahas hasil klasifikasi data dari pendampingan promosi UMKM-3 pada Oktober 2026, yaitu satu sesi wawancara lisan, percakapan WhatsApp, dan teks promosi. Giliran bicara pelaku usaha yang terdiri atas tiga kata atau lebih diberi kode U-01 sampai U-43 (n = 43). Giliran yang lebih pendek, seperti *iya*, *beda*, atau *lumayan*, jawaban yang hanya berisi nama merek, dan pernyataan alamat tidak dihitung. Tuturan mahasiswa KKN diberi kode U-44 sampai U-49 dan hanya dipakai sebagai konteks mitra tutur. Pada data tulis, setiap pesan WhatsApp atau paragraf teks promosi dihitung satu unit: 4 pesan pelaku usaha (W-01 sampai W-04) dan 2 paragraf teks promosi (P-01 dan P-02). Lima pesan mahasiswa (W-05 sampai W-09)

hanya menjadi konteks. Teks promosi ditulis oleh pelaku usaha. Nama informan, nama merek, dan nama lokasi pasar disamarkan. Penelitian ini berupa studi kasus tunggal, sehingga temuan dalam bagian ini berlaku untuk satu informan dan tidak digeneralisasi.

Variasi bahasa menurut situasi, mitra tutur, dan sarana

Pilihan variasi pelaku UMKM-3 tampak mengikuti situasi, mitra tutur, dan sarana: dari 43 tuturan lisan, 28 beragam santai, 14 semiresmi, dan hanya 1 beragam resmi, yaitu perkenalan diri (U-01). Sapaan *Mbak* pada tuturan lisan berganti menjadi *kak* pada seluruh pesan WhatsApp pelaku usaha (4 dari 4).

Keformalan diklasifikasikan menjadi tiga tingkat. Ragam resmi memakai rumus baku tanpa partikel percakapan. Ragam semiresmi memakai kalimat yang cenderung baku dengan partikel percakapan seperti *sih* dan *kan*. Ragam santai memuat bentuk tidak baku (*enggak*, *udah*, *bikin*, *gitu*, *banget*, *cuma*, *kayak*, *gimana*), unsur bahasa Jawa, atau klausa yang berhenti di tengah. Pada data tulis, penanda ragam santai ditambah emoji, awalan yang dilesapkan (*garap*), dan kata tidak baku seperti *nih*, *yuk*, *kalo*, dan *ribet*. Untuk ujaran terkutip, yang dinilai adalah isi kutipannya. Tabel 2 memuat contoh data beserta alasan klasifikasinya, sedangkan Tabel 3 dan Tabel 4 merinci sebaran keformalan data lisan dan data tulis.

Tabel 2. *Contoh data dan klasifikasi variasi bahasa*

Kode data	**Data (disamarkan)**	**Penutur dan situasi**	**Variasi (sosial, keformalan, sarana)**	**Alasan klasifikasi**
U-01	Perkenalkan, nama saya [nama disamarkan].	Pelaku UMKM-3 kepada mahasiswa KKN, membuka wawancara di tempat usaha	Peran pelaku usaha; resmi; lisan	Rumus perkenalan baku, kalimat lengkap, tanpa partikel percakapan.
U-07	Kalau untuk fungsi sama sih, Mbak. Tapi untuk keunggulannya lebih unggul yang kotak, terutama di dimensi ukuran ...	Pelaku usaha menjelaskan dua model alat kepada mahasiswa	Ragam usaha; semiresmi; lisan	Istilah teknis (*dimensi*, *kabinet*, *sirkulasi*) disertai partikel *sih* dan *kan* serta sapaan *Mbak*.
U-25	"Ah, mohon maaf, sementara ini orderannya baru penuh," gitu.	Pelaku usaha mengutip ujarannya sendiri kepada calon pemesan pesanan khusus	Peran pelaku usaha terhadap pelanggan; semiresmi; lisan (terkutip)	Rumus *mohon maaf* dan *sementara ini* dipakai untuk menolak dengan sopan, berbeda dari narasi santai di sekitarnya.
U-27	Ya enggak bikin, Mbak. Sementara ini belum, karena enggak ada itunya.	Pelaku usaha menjawab apakah pesanan khusus sedang dikerjakan	Ragam santai; lisan	Bentuk tidak baku *enggak* dan *bikin* serta pengganti *itunya* menandai ragam akrab.
U-17	Heeh, kayu masuk.	Pelaku usaha menjawab	Mitra tutur akrab; santai;	*Heeh* adalah persetujuan ngoko dan mitra tutur

		mahasiswa lain, bukan mahasiswa C, yang bertanya dalam bahasa Jawa (U-49)	Jawa ngoko; lisan	bertanya dalam bahasa Jawa.
U-36	Cantumkan neng iki wae neng videone, heeh. [MEREK-A] itu ada.	Pelaku usaha mengarahkan apa yang dicantumkan dalam video promosi	Santai; campur Indonesia-Jawa; lisan	Perintah berbahasa Indonesia (*cantumkan*) diikuti klausa ngoko (*neng iki wae neng videone*).
U-43	Oh iya, enggak apa-apa. Ya iku wis ngomongno, dek wis nyelusurin tanpa izin-izin ngawur.	Pelaku usaha menjawab permintaan izin merekam area produksi	Santai; Jawa ngoko bercampur Indonesia; lisan	*Iku*, *wis*, dan sapaan *dek* menandai ngoko dan mitra tutur yang lebih muda atau akrab; sasaran sapaan tidak jelas pada transkrip.
U-33	Betul, mbak. TikTok, WA, Instagram...	Pelaku usaha menjawab kanal pemesanan	Semiresmi; lisan	Jawaban berupa daftar nama kanal tanpa bentuk tidak baku.
W-01	Waalaikumsalam kak	Pelaku usaha membalas salam mahasiswa lewat WhatsApp	Peran pelaku usaha; semiresmi; tulis	Balasan salam dengan sapaan *kak*; sapaan lisan *Mbak* berganti pada sarana tulis.
W-02	Ini masih garap orderan kak kemungkinan besok/besoknya sudah agak longgar	Pelaku usaha menjawab pertanyaan jadwal pendampingan lewat WhatsApp	Santai; tulis	Awalan dilesapkan (*garap*) dan tanpa tanda baca; sapaan *kak*.
P-02	Langsung chat admin kami kalo mau mesin kalian bersih dan kinclong maksimal tanpa ribet🤌	Teks promosi untuk pembaca yang tidak dikenal	Santai; tulis; media sosial	*Kalo*, *ribet*, sapaan *kalian*, dan emoji menandai ragam akrab untuk khalayak luas.

Tabel 3. *Sebaran keformalan tuturan lisan pelaku usaha*

Keformalan (lisan)	**Jumlah**	**Kode data**
Resmi	1	U-01
Semiresmi	14	U-02, U-03, U-04, U-05, U-07, U-11, U-12, U-20, U-25, U-29, U-31, U-33, U-34, U-41
Santai	28	U-06, U-08, U-09, U-10, U-13, U-14, U-15, U-16, U-17, U-18, U-19, U-21, U-22, U-23, U-24, U-26, U-27, U-28, U-30, U-32, U-35, U-36, U-37, U-38, U-39, U-40, U-42, U-43

Tabel 4. *Sebaran keformalan data tulis pelaku usaha*

Data tulis	Jumlah	Resmi	Semiresmi	Santai	Kode data
Pesan WhatsApp pelaku usaha	4	0	2	2	Semiresmi: W-01, W-04; santai: W-02, W-03
Teks promosi	2	0	0	2	Santai: P-01, P-02

Peristiwa tutur ini berlatar tempat usaha, berpeserta pelaku usaha dan mahasiswa KKN, dan bertujuan menggali bahan promosi (Hymes, 1974). Dalam situasi itu pelaku usaha bergerak di antara ragam semiresmi dan santai. Ragam resmi hanya muncul pada rumus perkenalan (U-01), dan rumus kesopanan *mohon maaf* muncul ketika ia mengutip penolakannya kepada pemesan (U-25), padahal tuturan di sekitarnya santai (U-24, U-26). Peran penutur juga terbaca pada sapaan: *Mbak* muncul 10 kali dalam tuturan pelaku usaha kepada pewawancara.

Sarana tutur ikut memengaruhi pilihan. Sapaan *Mbak* berganti menjadi *kak* pada keempat pesan WhatsApp pelaku usaha (W-01 sampai W-04), sapaan yang lazim pada pesan dan media sosial. Pesan tulis itu juga ringkas, tanpa tanda baca akhir kalimat, dan sekali memakai emoji (W-03). Teks promosi memakai ragam santai kepada pembaca yang tidak dikenal, ditandai *nih*, *yuk*, *kalo*, sapaan *kalian*, dan emoji (P-01, P-02). Ragam santai dengan demikian dipakai pada ketiga sarana, tetapi sapaan dan penandanya berbeda menurut sarana dan pembaca.

Faktor sosial penutur tidak dapat dibandingkan karena informannya tunggal, yaitu seorang laki-laki dengan peran pelaku usaha. Yang tampak pada data ini hanyalah bahwa informan memakai bahasa Indonesia untuk menjelaskan usahanya kepada mahasiswa, lalu memakai unsur bahasa Jawa ketika mitra tutur lain bertanya dalam bahasa Jawa (U-17, U-49).

Pergeseran ragam menurut situasi dan mitra tutur ini sejalan dengan pandangan Labov (1972b) bahwa variasi berkorelasi dengan situasi tutur, dan dengan temuan Sari dan Baehaqie (2026) bahwa konteks komunikasi memengaruhi variasi di lingkungan sekolah.

Karena informannya tunggal, pertanyaan apakah usia atau jenis kelamin memengaruhi peralihan dari gaya Jawa formal ke bahasa Indonesia, seperti yang dilaporkan Smith-Hefner (2009) pada pemuda Jawa Tengah, berada di luar jangkauan penelitian ini dan menjadi keterbatasan studi kasus tunggal.

Pola diglosia Jawa-Indonesia per ranah

Bahasa Indonesia mengisi sebagian besar data pelaku usaha: 33 dari 43 tuturan lisan tidak memuat unsur Jawa, dan seluruh pesan WhatsApp pelaku usaha (4 dari 4) serta kedua paragraf teks promosi berbahasa Indonesia. Unsur Jawa, seluruhnya ngoko, hanya muncul pada 10 tuturan lisan dan baru muncul setelah mahasiswa C menyela dalam bahasa Jawa (U-48). Tabel 5 merangkum pembagian bahasa dan ragam per ranah, dan Tabel 6 merinci sebaran unsur bahasa.

Tabel 5. *Bahasa dan ragam dominan per ranah*

Ranah	Bahasa atau ragam dominan	Tingkat tutur Jawa	Kode data contoh	Fungsi
Wawancara pendampingan (pelaku usaha dan mahasiswa KKN)	Indonesia semiresmi hingga santai; 33 dari 43 tuturan tanpa unsur Jawa	-	U-07	Menjelaskan usaha dan produk kepada mitra tutur yang belum akrab

Tuturan akrab dengan mitra tutur mahasiswa	Jawa ngoko, kadang bercampur Indonesia; 10 tuturan memuat unsur Jawa	Ngoko	U-17, U-36, U-43	Menyatakan persetujuan dan memberi arahan singkat secara akrab
Ujaran terkutip kepada pelanggan	Indonesia sopan (rumus *mohon maaf*)	-	U-25	Menolak pesanan khusus dengan sopan
Percakapan WhatsApp (pelaku usaha dan mahasiswa KKN)	Indonesia semiresmi hingga santai; 4 dari 4 pesan pelaku usaha tanpa unsur Jawa	Tidak muncul pada pelaku usaha; madya (*nggih*) pada pesan mahasiswa (W-09)	W-02, W-04	Mengoordinasikan jadwal pendampingan
Promosi tertulis (takarir)	Indonesia santai dengan istilah Inggris *wet blasting*; tanpa unsur Jawa	-	P-01, P-02	Mengajak menonton video dan memesan lewat admin

Tabel 6. *Sebaran unsur bahasa Jawa pada data pelaku usaha*

Unsur bahasa	**Jumlah**	**Kode data**
Tuturan lisan hanya berbahasa Indonesia (resmi, semiresmi, santai)	33	U-01, U-02, U-03, U-04, U-05, U-06, U-07, U-08, U-09, U-10, U-11, U-12, U-13, U-14, U-15, U-18, U-20, U-21, U-25, U-27, U-28, U-29, U-30, U-31, U-32, U-33, U-34, U-35, U-37, U-38, U-39, U-40, U-41
Tuturan lisan dengan unsur bahasa Jawa (seluruhnya ngoko)	10	U-16, U-17, U-19, U-22, U-23, U-24, U-26, U-36, U-42, U-43
Pesan WhatsApp pelaku usaha dan teks promosi tanpa unsur Jawa	6	W-01, W-02, W-03, W-04, P-01, P-02
Pesan WhatsApp pelaku usaha dan teks promosi dengan unsur Jawa	0	-
Tingkat tutur madya atau krama pada pelaku usaha	0	-

Pada ranah wawancara pendampingan, bahasa Indonesia memikul fungsi penjelasan kepada mitra tutur yang belum akrab, sedangkan bahasa Jawa ngoko muncul pada tuturan akrab berupa persetujuan dan arahan singkat (U-17, U-36, U-43). Dari 28 tuturan santai, 18 tidak memuat unsur Jawa, sehingga bahasa Indonesia tidak baku (*enggak*, *bikin*, *gitu*) juga mengisi ragam rendah.

Urutan data lisan memperlihatkan peran mitra tutur. Pada 14 tuturan pertama (U-01 sampai U-14) tidak ada unsur Jawa. Setelah mahasiswa C menyela dalam bahasa Jawa (U-48), 10 dari 29 tuturan berikutnya (U-15 sampai U-43) memuat unsur Jawa.

Pada pelaku usaha, bahasa Jawa hanya berbentuk ngoko, sedangkan tingkat madya dan krama tidak muncul. Tingkat madya justru muncul pada pesan mahasiswa lewat partikel *nggih* (W-09), dan pelaku usaha tidak membalasnya dengan bahasa Jawa; ia menjawab dengan bahasa Indonesia dan sapaan *kak* (W-03, W-04).

Pada teks promosi, bahasa yang dipilih adalah bahasa Indonesia ragam santai tanpa unsur Jawa, dengan istilah Inggris *wet blasting*, sapaan *kalian*, dan emoji (P-01, P-02).

Gambaran ini sejalan dengan pembagian ragam tinggi dan rendah pada Ntou (2024), Saddiyah dan Rokhman (2018), serta Sari dan Baehaqie (2026), yang menempatkan bahasa Indonesia pada situasi formal dan bahasa Jawa pada situasi nonformal. Perbedaannya, ragam rendah dalam data ini tidak hanya diisi bahasa Jawa. Batas antara ragam tinggi dan rendah dengan demikian tidak jatuh pada batas bahasa saja, tetapi juga berada di dalam bahasa Indonesia.

Pola ini menunjukkan bahwa mitra tutur dan suasana yang makin akrab memengaruhi pilihan bahasa, tetapi dengan satu informan dan satu sesi hal ini baru dugaan.

Ketiadaan krama dan madya pada pelaku usaha ini belum berarti tingkat tutur berlapis seperti yang digambarkan Ntou (2024) tidak dikuasai penutur, karena satu-satunya mitra tutur dalam data adalah mahasiswa KKN, dan kesopanan kepada mereka tampak dinyatakan melalui bahasa Indonesia dan sapaan *Mbak* atau *kak*, bukan melalui krama. Pola ini perlu diuji dengan tuturan kepada mitra yang lebih tua. Pengujian itu dapat mengacu pada temuan bahwa penutur menyesuaikan tingkat tutur dengan usia dan keakraban mitra tutur, yaitu krama kepada pihak yang lebih tua dan ngoko kepada sebaya (Herwindya Bw & Pawito, 2026), serta krama kepada pembeli yang belum dikenal (Kartikasari, 2023). Ketiadaan krama juga perlu dibaca hati-hati karena penguasaan tingkat tutur yang tidak merata pada penutur muda telah dilaporkan (Atmawati, 2021; Muslihah & Suryadi, 2019). Frekuensi bahasa Jawa yang rendah (10 dari 43 tuturan lisan) juga berbeda dari temuan Sudono (2014) bahwa bahasa Jawa dominan dalam transaksi di pasar tradisional. Perbedaan latar, yaitu pasar dengan sesama warga dan wawancara dengan mahasiswa, tampaknya menjadi penjelasannya. Penjelasan ini sejalan dengan temuan di pasar Magetan bahwa penjual jamu beralih ke bahasa Indonesia ketika pembeli bertanya dalam bahasa Indonesia (Kartikasari, 2023), dan dengan temuan di Mesuji Raya bahwa pilihan bahasa dalam transaksi berubah di luar lingkup desa (Muslihah & Suryadi, 2019).

Ciri trendi pada teks promosi ini mirip dengan unsur trendi pada takarir UMKM batik yang dianalisis Istiningdias dkk. (2025), tetapi ciri eksklusivitas dan kelangkaan pada paket global-trendi mereka tidak tampak di sini, dan dua teks terlalu sedikit untuk perbandingan yang kuat. Temuan bahwa bahasa Jawa tidak muncul menambah data tentang bahasa daerah pada teks promosi, yang belum dipisahkan secara sistematis oleh Istiningdias dkk. (2025). Pada akun media sosial lain, campur kode bahasa Jawa dan bahasa Indonesia justru dimanfaatkan sebagai daya tarik promosi (Zahro & Solihati, 2024), sehingga pilihan satu UMKM ini tidak dapat dianggap mewakili praktik promosi secara umum.

Kode terbatas dan kode elaboratif

Pada tuturan lisan, kode terbatas paling banyak (27 dari 43 tuturan, 63%), disusul kode elaboratif (10 tuturan, 23%) dan tuturan campuran (6 tuturan, 14%). Kode elaboratif muncul ketika pelaku usaha menjelaskan produk, latar usaha, dan alasan kepada mitra tutur yang belum mengetahuinya. Pada data tulis, dari 4 pesan WhatsApp pelaku usaha tiga berkode terbatas dan satu elaboratif (W-02), sedangkan dari 2 paragraf teks promosi satu elaboratif (P-02) dan satu campuran (P-01).

Klasifikasi memakai indikator pada Tabel 1. Karena satu giliran bicara dapat memuat beberapa kalimat, tuturan yang memperlihatkan indikator kedua kode secara jelas pada tingkat

klausa diklasifikasikan sebagai campuran. Tabel 7 memuat contoh klasifikasi, sedangkan Tabel 8 dan Tabel 9 merinci sebaran kode pada data lisan dan data tulis.

Tabel 7. *Contoh data dan klasifikasi kode bahasa*

Kode data	**Data (disamarkan)**	**Kode**	**Indikator yang terpenuhi**	**Faktor situasi (genre, latar, peserta, isi, tujuan)**
U-05	Pertama yang model drum kemarin itu kan.	Terbatas	Rujukan *kemarin itu* tidak dinyatakan dan hanya dipahami dari pembicaraan sebelumnya; predikat dilesapkan	Latar tempat usaha; peserta berbagi pembicaraan sebelumnya; tujuan melanjutkan topik model alat
U-11	Orang luar, dari Kabupaten Semarang itu rata-rata.	Terbatas	Subjek dan predikat dilesapkan; hanya terpahami lewat pertanyaan sebelumnya	Menjawab pertanyaan pewawancara yang belum selesai
U-27	Ya enggak bikin, Mbak. Sementara ini belum, karena enggak ada itunya.	Terbatas	Objek dilesapkan; *itunya* tidak dinamai dan dilengkapi lawan bicara (*pekerjaannya*)	Tanya-jawab santai tentang pesanan khusus; peserta saling melengkapi
U-06	Kalau yang drum itu kami membuat dari bahan bekas sih, dari bahan drum besi itu. Kalau yang kotak itu kami fabrikasinya buat sendiri dari nol. ...	Elaboratif	Rujukan (*drum*, *kotak*) dinyatakan; bahan dan proses dijelaskan; kalimat lengkap	Menjelaskan produk kepada mitra tutur yang belum mengetahui cara pembuatannya
U-25	"Ah, mohon maaf, sementara ini orderannya baru penuh,"	Elaboratif	Alasan dinyatakan lengkap; dapat dipahami pemesan tanpa konteks tambahan	Ujaran terkutip kepada calon pemesan; tujuan menolak pesanan khusus dengan sopan
U-30	Ada 7. 7 sama yang apa, panggilan itu 3. Ya, 10 sih. Tapi yang 3 itu panggilan ya, kayak bagian pengiriman sama buat apa, panel.	Campuran	Kalimat awal ringkas dan terikat pertanyaan (*Ada 7.*), lalu istilah *panggilan* dijelaskan (bagian pengiriman dan panel)	Menjawab pertanyaan jumlah pegawai; pelaku usaha memperbaiki dan menjelaskan jawabannya sendiri
U-44 (mhs. KKN)	Pesan buat pelanggan?	Terbatas	Rujukan *pesan* tidak dinyatakan; kalimat dilesapkan	Pertanyaan penutup wawancara; belum dipahami pelaku

				usaha (lihat U-12 dan U-13)
U-45 (mhs. KKN)	Ya pesan saja sih, Mas. Mungkin pesan promosi atau apa kepada pelanggan, mungkin jangan kecewa atau apa gitu.	Elaboratif	Rujukan dinyatakan (*pesan promosi kepada pelanggan*) dan maksud pertanyaan dijelaskan	Elaborasi setelah pelaku usaha meminta penjelasan; dijawab pada U-14
W-04	Besok bisa kak	Terbatas	Rujukan *besok* dan hal yang dapat dilakukan tidak dinyatakan; hanya terpahami dari pertanyaan mahasiswa sebelumnya (W-09)	Pesan WhatsApp; peserta berbagi riwayat percakapan; tujuan menyepakati jadwal
W-02	Ini masih garap orderan kak kemungkinan besok/besoknya sudah agak longgar	Elaboratif	Alasan (sedang menggarap pesanan) dan perkiraan waktu dinyatakan dalam satu kalimat lengkap	Menjawab pertanyaan jadwal; tujuan menjelaskan mengapa belum bisa
P-01	Mungkin banyak dari kalian yang bertanya-tanya tentang wet blasting nih, yuk simak video berikut ini! ⍰	Campuran	Topik dan pembaca dinyatakan dalam kalimat lengkap, tetapi isi penjelasan bergantung pada video yang menyertai (*video berikut ini*)	Takarir promosi untuk pembaca yang tidak dikenal; tujuan mengajak menonton
P-02	Langsung chat admin kami kalo mau mesin kalian bersih dan kinclong maksimal tanpa ribet👌	Elaboratif	Tindakan (*chat admin*), syarat, dan manfaat dinyatakan dalam satu kalimat lengkap	Takarir promosi; tujuan mengajak memesan

Tabel 8. *Sebaran kode bahasa pada tuturan lisan pelaku usaha*

Kode (lisan)	**Jumlah**	**Persen**	**Kode data**
Terbatas	27	63%	U-04, U-05, U-11, U-12, U-13, U-15, U-17, U-18, U-19, U-20, U-21, U-22, U-26, U-27, U-28, U-29, U-31, U-32, U-33, U-34, U-35, U-38, U-39, U-40, U-41, U-42, U-43
Elaboratif	10	23%	U-01, U-03, U-06, U-07, U-08, U-09, U-10, U-16, U-25, U-37
Campuran	6	14%	U-02, U-14, U-23, U-24, U-30, U-36

Tabel 9. *Sebaran kode bahasa pada data tulis pelaku usaha*

Data tulis	Jumlah	Terbatas	Elaboratif	Campuran	Kode data
Pesan WhatsApp pelaku usaha	4	3	1	0	Terbatas: W-01, W-03, W-04; elaboratif: W-02
Teks promosi	2	0	1	1	Elaboratif: P-02; campuran: P-01

Ciri kode terbatas pada data ini mudah dikenali: rujukan yang diganti penunjuk (*alat ini*, *yang ini*, *kemarin itu*), kata pengganti *itunya* yang tidak dinamai, klausa yang berhenti di tengah (U-21, U-35, U-38), dan jawaban yang hanya terpahami lewat pertanyaan sebelumnya (U-11). Kode ini bekerja karena mitra tutur sering melengkapi, seperti pada U-27 ketika pewawancara menyebut *pekerjaannya* untuk melengkapi *itunya*.

Kode elaboratif muncul ketika mitra tutur belum memiliki pengetahuan bersama yang dibutuhkan. Pelaku usaha menyebut bahan, proses, dan keunggulan alat kepada mahasiswa (U-06, U-07), menjelaskan latar dan tantangan usahanya (U-03, U-08, U-09, U-10), asal nama merek (U-16), rencana spanduk (U-37), dan alasan penolakan pesanan kepada pemesan (U-25). Informan yang sama memakai kedua kode dalam satu sesi, dan pergantiannya mengikuti isi pesan, peserta, dan tujuan.

Ketidakcocokan kode juga tampak pada pertanyaan terakhir wawancara. Pertanyaan pewawancara yang berkode terbatas (U-44) tidak segera dipahami, sehingga pelaku usaha meminta penjelasan (U-12, U-13), dan jawabannya baru muncul setelah pewawancara menjelaskan maksudnya (U-45, U-14).

Pada data tulis, kode mengikuti sifat sarananya. Pesan WhatsApp mengandalkan riwayat percakapan, sehingga tiga dari empat pesan pelaku usaha berkode terbatas (W-01, W-03, W-04), dan satu-satunya yang elaboratif adalah pesan yang menjelaskan alasan dan perkiraan waktu (W-02). Teks promosi ditulis untuk pembaca yang tidak berbagi konteks dan lebih eksplisit, tetapi P-01 menunda penjelasan ke video yang menyertai, sehingga memuat indikator terbatas dan elaboratif sekaligus. Dengan hanya 4 pesan dan 2 teks, angka ini tidak dapat digeneralisasi dan berfungsi sebagai ilustrasi.

Dominasi kode terbatas pada tuturan lisan sejalan dengan Sudono (2014), yang menemukan ragam ringkas jauh lebih banyak daripada ragam lengkap pada transaksi di pasar, dan dengan Sari dan Baehaqie (2026), yang menemukan kode terbatas pada interaksi santai.

Pemakaian kedua kode oleh informan yang sama dalam satu sesi sejalan dengan catatan Maeba (2016) bahwa pengelompokan menurut kode hanya menunjukkan kecenderungan, bukan kepemilikan kode yang pasti. Temuan ini mendukung Anggraini dkk. (2025) bahwa kode dipengaruhi konteks situasi tutur, tidak hanya latar sosial penutur. Sesuai kritik Labov (1972a) terhadap tafsir defisit, kedua kode dibaca sebagai pilihan fungsional, bukan tanda kemampuan tinggi atau rendah.

Kaitan dengan keterampilan berbicara dan menulis

Dalam berbicara, kode elaboratif membantu pelaku usaha menjelaskan alat kepada mitra tutur yang belum mengetahuinya (U-06, U-07), sedangkan kesulitan muncul ketika alasan dan pesan promosi disampaikan dengan kode terbatas yang bergantung pada mitra tutur untuk melengkapi (U-27, U-12 sampai U-14). Dalam menulis, pesan WhatsApp mencapai tujuan koordinasi jadwal, baik dengan kode elaboratif yang menyatakan alasan dan perkiraan waktu (W-02) maupun dengan kode terbatas yang bergantung pada riwayat percakapan (W-04), sedangkan

teks promosi menyampaikan ajakan dan manfaat dengan ragam santai yang sesuai media sosial, tetapi belum memuat informasi produk yang rinci (P-01, P-02). Tabel 10 merangkum kaitan itu menurut keterampilan.

Tabel 10. *Kaitan pilihan ragam dan kode dengan keterampilan berbicara dan menulis*

Keterampilan	**Kode data**	**Pilihan ragam dan kode**	**Yang sudah sesuai tujuan**	**Yang masih menyulitkan**
Berbicara	U-06, U-07	Indonesia semiresmi hingga santai; kode elaboratif; menjelaskan model alat kepada mahasiswa	Bahan, proses, dan keunggulan dinyatakan; mitra tutur dapat memahami tanpa melihat alat	Ukuran disebut tanpa angka (*dimensi ukuran*, *lebih besar*)
Berbicara	U-12 sampai U-14	Indonesia santai; kode terbatas lalu campuran; saat diminta pesan untuk pelanggan	Pesan inti tersampaikan: alat awet dan berguna, serta ajakan memesan lagi	Pesan baru muncul setelah pertanyaan dijelaskan (U-45); keunggulan produk tidak disebut dalam pesan
Berbicara	U-18, U-27	Indonesia santai; kode terbatas; menjelaskan alasan belum menerima pesanan khusus	Alasan (tenaga kerja dan tempat) tersampaikan	Objek tidak dinyatakan (*itunya*) dan pewawancara perlu melengkapi (*pekerjaannya*)
Menulis (WhatsApp)	W-01 sampai W-04	Indonesia semiresmi hingga santai; kode terbatas, satu pesan elaboratif; sapaan *kak*	Jadwal dan alasan tersampaikan (W-02); salam dan sapaan sesuai mitra tutur	Pesan ringkas bergantung pada riwayat percakapan (W-04); tanpa tanda baca akhir kalimat
Menulis (promosi)	P-01, P-02	Indonesia santai; kode campuran dan elaboratif; istilah Inggris dan emoji	Ragam akrab sesuai media sosial; ajakan menonton dan memesan jelas; manfaat disebut (*bersih dan kinclong maksimal tanpa ribet*)	Nama layanan, jenis mesin, dan cara memesan selain *chat admin* tidak disebut; istilah *wet blasting* tidak dijelaskan dan bergantung pada video

Capaian pembelajaran menempatkan berbicara dan mempresentasikan serta menulis sebagai kemampuan produktif (Kemendikbudristek, 2022). Data ini menunjukkan dua situasi autentik untuk Fase F. Pertama, wawancara dengan pelaku usaha: siswa belajar menyusun pertanyaan yang eksplisit, karena pertanyaan terbatas seperti U-44 membuat narasumber

meminta penjelasan (U-12, U-13), dan belajar menilai kapan jawaban singkat cukup dipahami serta kapan perlu diperjelas. Kedua, mengubah jawaban lisan menjadi teks promosi: ujaran seperti U-14 ("Semoga alatnya itu awet, berguna gitu. Kalau nanti sudah besar ya jangan lupa order lagi.") bergantung pada konteks dan dapat dilatihkan menjadi takarir atau spanduk elaboratif yang memuat nama produk, keunggulan, dan cara memesan, sehingga dapat dipahami pembaca yang tidak dikenal. Dibandingkan ujaran itu, P-02 sudah menyebut manfaat dan ajakan memesan, tetapi belum memuat nama layanan atau jenis mesin yang dibersihkan.

Kedua kode perlu diajarkan sebagai pilihan menurut situasi, bukan sebagai benar dan salah (Labov, 1972a). Siswa tidak diminta meninggalkan kode terbatas yang akrab dan efisien dalam percakapan atau pesan singkat, tetapi memilih kode elaboratif saat menulis untuk pembaca yang tidak berbagi konteks. Temuan tentang keterampilan menulis bertumpu pada 4 pesan WhatsApp dan 2 paragraf teks promosi dari satu UMKM, sehingga berfungsi sebagai gambaran kasus, bukan gambaran umum.

SIMPULAN

Penelitian ini menjawab tiga tujuannya dengan satu kasus. Pelaku UMKM memilih variasi bahasa menurut situasi, mitra tutur, dan sarana, sedangkan pengaruh usia dan jenis kelamin belum dapat dinilai. Pembagian fungsi bahasa Jawa dan bahasa Indonesia tidak jatuh pada batas bahasa saja, karena bahasa Indonesia tidak baku turut mengisi ragam rendah dan bahasa Jawa hanya muncul sebagai ngoko setelah mitra tutur lain memakainya. Kode terbatas dan kode elaboratif berfungsi sebagai pilihan menurut situasi: kode elaboratif muncul ketika mitra tutur belum berbagi pengetahuan, sedangkan pertanyaan wawancara berkode terbatas dan teks promosi yang belum memuat nama layanan serta jenis mesin menjadi titik yang dapat dilatihkan. Sumbangan penelitian ini adalah memadukan tiga teori sosiolinguistik pada data lisan, WhatsApp, dan teks promosi dalam satu konteks pendampingan UMKM, lalu menghubungkannya dengan pembelajaran berbicara dan menulis. Guru dapat memakai wawancara dengan pelaku usaha dan pengubahan jawaban lisan menjadi takarir elaboratif sebagai tugas autentik, sedangkan pendamping UMKM dapat membantu pelaku usaha menyusun teks promosi yang memuat nama produk, jenis mesin, dan cara memesan.

REKOMENDASI

Penelitian ini berupa studi kasus tunggal, yaitu satu UMKM, satu informan, satu sesi wawancara, empat pesan WhatsApp pelaku usaha, dan dua paragraf teks promosi. Temuan karena itu menggambarkan kasus ini dan tidak dapat digeneralisasi ke pelaku UMKM lain. Pengaruh usia dan jenis kelamin tidak dapat dibandingkan karena informannya hanya satu, dan penguasaan tingkat tutur madya dan krama belum teruji karena satu-satunya mitra tutur dalam data adalah mahasiswa KKN. Jumlah data tulis yang kecil membuat angka pada bagian kode terbatas dan elaboratif hanya berfungsi sebagai ilustrasi. Penelitian berikutnya dapat menambah UMKM serta mitra tutur yang lebih tua untuk menguji pola yang tampak pada kasus ini.

REFERENSI

Anggraini, N., Rejeki, S., & Kurniasari, R. W. (2025). A contextual analysis of elaborated and restricted code in Wardah Heart to Heart talk show episode two. *Journal Albion: Journal of English Literature, Language, and Culture, 7*(1). https://doi.org/10.33751/albion.v7i1.11770

Atmawati, D. (2021). Language politeness in the Javanese verb speech level. *Lingua Cultura, 15*(1), 51–57. https://doi.org/10.21512/lc.v15i1.7109

Bernstein, B. (1971). *Class, codes and control: Vol. 1. Theoretical studies towards a sociology of language*. Routledge & Kegan Paul.

Chaer, A., & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal*. Rineka Cipta.

Eckert, P. (2012). Three waves of variation study: The emergence of meaning in the study of sociolinguistic variation. *Annual Review of Anthropology, 41*, 87–100. https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-092611-145828

Fasold, R. (1984). *The sociolinguistics of society*. Blackwell.

Ferguson, C. A. (1959). Diglossia. *Word, 15*(2), 325–340. https://doi.org/10.1080/00437956.1959.11659702

Fishman, J. A. (1967). Bilingualism with and without diglossia; diglossia with and without bilingualism. *Journal of Social Issues, 23*(2), 29–38. https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1967.tb00573.x

Franzke, A. S., Bechmann, A., Zimmer, M., Ess, C., & Association of Internet Researchers. (2020). *Internet research: Ethical guidelines 3.0*. Association of Internet Researchers. https://aoir.org/reports/ethics3.pdf

Herwindya Bw, S., & Pawito, P. (2026). Disrupsi digital dan degradasi nilai kesantunan: Studi kasus praktik diglosia dalam ruang publik digital pemuda Surakarta. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora, 10*(1), 572–579. https://doi.org/10.31604/jim.v10i1.2026.572-579

Hymes, D. (1974). *Foundations in sociolinguistics: An ethnographic approach*. University of Pennsylvania Press.

Istiningdias, D. S., Ningtyas, S., & Asri, Z. A. (2025). Otentisitas di era platform: Kajian multimodal dan glokalisasi promosi UMKM batik Pekalongan-Lasem. *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan, 20*(2), 156–172. https://ejournal.undip.ac.id/index.php/sabda/article/download/79017/29569

Kartikasari, E. (2023). Pemakaian kode tutur bahasa Jawa oleh pedagang di pasar. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya, 6*(3), 899–910. https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i3.712

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2022). *Capaian pembelajaran mata pelajaran Bahasa Indonesia tingkat lanjut fase F*. Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan. https://kurikulum.kemdikbud.go.id/file/cp/dasmen/9.%20Bahasa%20Indonesia%20Tingkat%20Lanjut.pdf

Labov, W. (1972a). *Language in the inner city: Studies in the Black English vernacular*. University of Pennsylvania Press.

Labov, W. (1972b). *Sociolinguistic patterns*. University of Pennsylvania Press.

Maeba, Y. (2016). A practical study on Bernstein's sociolinguistic code theory in Japan: Differences in linguistic code in children in the 1st year. *Osaka Human Sciences, 2*, 119–136. https://doi.org/10.18910/56905

Muslihah, & Suryadi, M. (2019). Ketimpangan diglosik dalam peristiwa tutur masyarakat multilingual Mesuji Raya Sumatera Selatan. *Jurnal KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra dan Pengajaran), 3*(1), 32–43. https://doi.org/10.31539/kibasp.v3i1.918

Ntou, S. R. (2024). Exploring complex diglossia in Javanese society. *Cogent Arts & Humanities, 11*(1), Article 2313286. https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2313286

Saddiyah, C., & Rokhman, F. (2018). Diglossia of Javanese-Indonesia in senior high school educational domain: Sociolinguistics study in Tegal Regency. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 7*(1), 9–17. https://doi.org/10.15294/seloka.v7i1.22621

Sankoff, D. (2024). Labov, William (1927–2024). *Language Variation and Change, 36*, 355–358. https://doi.org/10.1017/S0954394525000018

Sari, D. E. K., & Baehaqie, I. (2026). Variasi bahasa, diglosia, dan kode bahasa dalam interaksi warga sekolah. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, 11*(2), 124–137. https://doi.org/10.23969/jp.v11i2.45413

Smith-Hefner, N. J. (2009). Language shift, gender, and ideologies of modernity in Central Java, Indonesia. *Journal of Linguistic Anthropology, 19*(1), 57–77. https://doi.org/10.1111/j.1548-1395.2009.01019.x

Sneddon, J. N. (2003). Diglossia in Indonesian. *Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde, 159*(4), 519–549. https://doi.org/10.1163/22134379-90003741

Sudaryanto. (1993). *Metode dan aneka teknik analisis bahasa*. Duta Wacana University Press.

Sudono, A. (2014). Wujud kode pilihan bahasa dalam jual beli di pasar tradisional Kecamatan Winong, Kabupaten Pati. *Widyariset, 17*(1), 35–48. https://ejournal.brin.go.id/widyariset/article/download/16496/12634/49916

Zahro, F. Q., & Solihati, N. (2024). Campur kode sebagai media promosi dalam akun Nanti Kita Sambat Tentang Hari Ini. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 13*(1), 9–25. https://doi.org/10.24036/127878-019883