

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Proses terjadinya interaksi manusia dengan lainnya untuk suatu tujuan bisa disebut sebagai bersosialisasi. Dalam proses bersosialisasi menggunakan suatu alat sebagai penghubung yakni bahasa. Menurut Kridalaksana (dalam Septiani, 2020) bahasa adalah sistem lambang bunyi yang bersifat arbiter dan digunakan suatu kelompok atau masyarakat untuk berkomunikasi. Dalam penelitian Sondakh (2019) mengatakan bahwa sosiolinguistik adalah studi yang memperhatikan tentang peristiwa korelasional antara bahasa dan masyarakat.

Manusia mengikuti alur perkembangan yang ada, hingga membuat terjadinya pencampuran dan penambahan antara kebudayaan maupun bahasa yang sudah ada dengan yang baru. Menurut Chaer (2010:9) hal tersebut menyebabkan Indonesia menjadi negara yang masyarakatnya memiliki kemampuan bilingualism. Bilingualism menurut Chaer (2010: 84) adalah penggunaan dua bahasa secara bergantian dari seorang penutur di dalam lingkup pergaulannya.

Indonesia menjadi negara dengan masyarakat bilingulism, namun menurut Chaer (2010:81) Indonesia menganut sistem *lingua franca* yakni sebuah sistem yang menetapkan sebuah bahasa yang digunakan secara resmi pada masyarakat karena Indonesia memiliki berbagai suku dengan bahasa yang berbeda. Pemerintah Indonesia menetapkan bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi yang bertujuan agar komunikasi dalam suatu negara tetap berjalan semestinya. Hal tersebut menjadikan masyarakat Indonesia memiliki bilingualism atau kedwibahasaan sejak awal. Namun, dengan berkembangnya zaman mengharuskan masyarakat untuk memahami bahasa internasional yakni bahasa Inggris dan beberapa bahasa asing lainnya, membuat masyarakat Indonesia menjadi multilingual.

Masyarakat turut menciptakan penutur atau masyarakat yang memiliki aneka bahasa atau multilingual dengan sebuah perkawinan antara etnik yang berbeda. Etnik merupakan masyarakat majemuk (*plural society*). Ketika masyarakat dari suatu etnik melakukan perkawinan dengan etnik berbeda, maka anak hasil perkawinan tersebut akan mampu memahami dan menggunakan bahasa dari kedua etnik orangtuanya. Hal tersebut menciptakan adanya masyarakat universal yang memiliki kemampuan multilingual.

Dalam penelitian Khoiriyah (2021) mengatakan bahwa masyarakat dengan aneka bahasa atau multilingual tanpa sadar ataupun dengan sadar menggunakan kemampuannya dalam berbahasa pada situasi tertentu. Dan masyarakat multilingual terkadang dapat mencampur beberapa bahasa yang berbeda. Hal tersebut bisa dikatakan sebagai alih kode dan campur kode yang terjadi akibat adanya ketergantungan bahasa (*language dependency*) pada masyarakat multilingual.

Alih kode dan campur kode merupakan ilmu yang berada dalam bidang kajian sosiolinguistik. Sosiolinguistik merupakan ilmu yang mempelajari bahasa yang mengarah penggunaan bahasa dalam masyarakat. Alih kode dan campur kode merupakan salah satu ragam bahasa dalam masyarakat.

Menurut Chaer (2010:106) alih kode merupakan pengalihan bahasa satu (B1) ke bahasa lainnya (B2) berdasarkan berubahnya suatu situasi. Pengalihan bahasa terjadi antar kalimat ke kalimat lainnya atau telah menyelesaikan kalimat sebelumnya. Penggunaan alih kode memiliki fungsi sosial bagi penuturnya maupun penerima.

Sementara Pietro (dalam Kalangit, 2016:3) mendefinisikan alih kode merupakan penggunaan dua atau beberapa bahasa saat berbicara. Menurut Apple (dalam Chaer, 2010:107) alih kode adalah gejala peralihan penggunaan bahasa yang disebabkan adanya perubahan situasi. Sedangkan menurut Hymes yang bertentangan dengan pendapat Apple, menyatakan bahwa alih kode adalah peralihan terjadi bukan hanya terjadi pada antar bahasa, tetapi bisa terjadi antar

ragam atau gaya yang terjadi dalam satu bahasa. Dan alih kode dilakukan dengan sadar dan ada alasan dibaliknya.

Menurut Soewito dalam Chaer (2010:114) membagi alih kode menjadi dua macam yakni alih kode *intern* (dalam) dan alih kode *ekstern* (luar). Alih kode *intern* (dalam) adalah berlangsungnya alih kode pada bahasa sendiri, seperti bahasa ibu atau daerah (B1) dengan bahasa nasional (B2). Sedangkan alih kode *ekstern* (luar) terjadi ketika berlangsungnya alih kode antara bahasa sendiri (bahasa masih dalam verbal repertoarnya masyarakat tutur) dengan bahasa asing, seperti bahasa ibu atau daerah (B1) atau bahasa nasional (B2) dengan bahasa Inggris (B3).

Selain Soewito, Harmer dan Blanc (dalam Sondakh, 2019) juga membedakan alih kode menjadi dua jenis. Jenis alih kode menurut Harmer dan Blanc yakni pergantian kode situasional dan pergantian kode percakapan. Pergantian kode situasional yakni terjadinya alih kode disebabkan adanya perubahan topik atau situasi. Sedangkan, pergantian kode percakapan yakni terjadinya alih kode saat masih dalam percakapan yang sama.

Alih kode terbagi menjadi tiga bentuk menurut Hoffman (dalam Kalangit, 2016). Bentuk alih kode yakni *Inter-sentential switching* (terjadi antar kalimat) terjadi antara klausa atau batas kalimat; *Intra-sentential switching* (terjadi di dalam kalimat) terjadi dalam sebuah frase; dan *Emblematic Switching* (alih kode simbolis) berupa tag atau frasa tertentu dari suatu bahasa yang digunakan dalam suatu ucapan dengan makna lain. Bentuk alih kode bertujuan untuk mengetahui ruang lingkup sosiolinguistik bahasa berada.

Campur kode menurut Chaer (2010:114) adalah penggunaan dua bahasa atau dua varian dari sebuah tutur masyarakat dalam satu percakapan. Membedakan dengan alih kode dengan campur kode terletak pada kode-kode dalam campur kode hanya serpihan-serpihan (*pieces*) kode, yang berbanding terbalik dengan alih kode. Campur kode hanya berupa serpihan-serpihan (*pieces*) kode, membuat penggunaan campur kode terkadang dilakukan tanpa disadari.

Cara membedakan alih kode dan campur kode menurut Fasold (dalam Chaer, 2010:115) dengan menilik gramatikal. Seseorang menggunakan satu kata atau frasa dalam suatu bahasa yang berbeda maka hal tersebut telah dianggap sebagai campur kode. Namun, ketika seseorang telah menggunakan satu klausa yang tersusun gramatikalnya dan mencampurkan dengan klausa dengan gramatikal bahasa lain, maka hal tersebut disebut alih kode.

Menurut Nababan (1993:32) campur kode adalah pencampuran antar dua atau lebih suatu bahasa dalam penggunaan bahasa dalam situasi yang tidak menuntut harus adanya pencampuran. Penutur campuran biasanya menguasai bahasa lebih dari satu, sehingga saat melakukan pencampuran akan tetap memiliki makna atau relevan. Dan penutur biasanya melakukan pencampuran bahasa tanpa disadari.

Menurut Suandi (2014:140) membagi campur kode menjadi tiga jenis yakni campur kode ke luar (*outer code mixing*), campur kode ke dalam (*inner code mixing*), campur kode campuran (*hybird code mixing*). Campur kode ke luar (*outer code mixing*) penggunaan campur bahasa dengan menggunakan unsur bahasa aslinya dengan bahasa asing seperti bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Campur kode ke dalam (*inner code mixing*) yakni ketika melakukan campur kode menggunakan bahasa asli dengan bahasa yang digunakan sehari-hari seperti bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa. Campur kode campuran (*hybird code mixing*) penggunaan campur kode dari bahasa asli dengan bahasa asing dalam struktur bahasanya seperti penggunaan bahasa Indonesia namun disisipi struktur bahasa Inggris.

Menurut Soewito (dalam Ningrum, 2019:122) membedakan campur kode menjadi lima macam yaitu (a) penyisipan unsur-unsur berbentuk kata, (b) penyisipan unsur-unsur berbentuk frasa, (c) penyisipan unsur-unsur berbentuk perulangan kata, (d) penyisipan unsur-unsur berbentuk ungkapan atau idiom, (e) penyisipan unsur-unsur berbentuk klausa.

Penutur melakukan sebuah pergantian atau pencampuran sebuah bahasa bukan dilakukan untuk hal yang percuma. Penggunaan alih kode dan campur

kode oleh seorang penutur pastinya memiliki alasan untuk melakukan hal tersebut. Ada beberapa faktor atau perubahan situasi yang mempengaruhi sehingga membuat penutur melakukan alih kode dan campur kode. Alasan terjadinya alih kode menurut Hoffman (dalam Kalangit, 2016) yaitu (a) mengungkapkan sebuah topik, (b) mengutip orang lain, (c) mempertegas sesuatu, (d) memasukan penghubung kalimat (*interjection*), (e) pengulangan untuk klarifikasi, (f) mengklarifikasi topik pembicaraan pada lawan bicara, (g) menyatakan identitas kelompok.

Selain Hoffman, Saville-Troike (dalam Kalangit, 2016) mengungkap alasan terjadinya alih kode yakni untuk melembutkan atau memperkuat permintaan atau perintah, untuk kebutuhan leksikal dan untuk mengecualikan orang lain ketika topik pembicaraan ditunjukan untuk seseorang. Sementara terjadinya campur kode menurut Nababan (dalam Listyaningrum, 2021) yakni berada di dalam situasi santai (informal), tidak ada kata yang tepat ketika mendeskripsikan sesuatu dalam bahasa yang digunakan, dan yang terakhir yaitu penutur ingin memamerkan kemampuannya.

Menurut Watie (2011) munculnya internet membawa dampak baru dalam berkomunikasi dalam masyarakat, salah satunya media sosial. Sosial media membuat pradigma dalam berkomunikasi yang tak terbatas jarak, waktu dan ruang tanpa harus bertatap muka. Sosial media banyak ragam jenis dan modelnya seperti *Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Whatsapp, Telegram* dan sebagainya. Dengan hadirnya sosial media memudahkan orang-orang berinteraksi tanpa harus bertemu dan mampu menghapus status sosial yang menjadi penghambat komunikasi.

Menurut Ardinto dalam Watie (2011) media sosial online adalah jejaring sosial secara online yang dapat diakses dengan mudah. Media sosial online bukan sebuah media massa secara online. Media sosial adalah media yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi atau membentuk opini, sikap dan perilaku masyarakat.

Sosial media telah menjadi kebutuhan tersendiri bagi masyarakat berupa dalam bentuk kerja, mencari inspirasi, mencari informasi dan sebagainya. Menurut lembaga riset pasar e-Marketer, penggunaan internet di Indonesia pada awal 2022 mencapai 191,4 juta pengguna yang meningkat sekitar 21 juta pengguna dari tahun 2021 atau dalam persentase kenaikan dari tahun sebelumnya 12,6%. Dengan jumlah penduduk Indonesia sekitar 277,7 juta jiwa menandakan bahwa pengguna sosial media di Indonesia sekitar 68,9%. Mayoritas pengguna sosial media di Indonesia dapat diperkirakan remaja hingga dewasa. Penggunaan sosial media di Indonesia tertinggi di aplikasi *Youtube*, *Facebook* dan selanjutnya adalah *Instagram*. Sosial media sangat luas dan banyak penggunaannya. Manfaat dari sosial media cukup beragam, bergantung pada tiap individu.

Penelitian ini memilih sosial media *Instagram* sebagai objek untuk dikaji. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya pengguna *Instagram* di Indonesia dari semua kalangan dan penggunaan mudah serta banyaknya akun yang menjadi wadah interaksi masyarakat dan pemberian informasi yang terbaru dengan cepat. Menurut riset e-Marketer, pada tahun awal tahun 2022 penggunaan *Instagram* di Indonesia sekitar 99,15 juta pengguna atau 52,3% dari penggunaan sosial media. *Instagram* merupakan sosial media yang menyediakan tempat untuk membagikan foto dan video dengan berbagai macam informasi aktual, kegiatan, inspirasi hingga pekerjaan.

*Instagram* terdapat berbagai akun dari pendidikan, pemerintah, gaya busana, gaya hidup, jurnalistik dan sebagainya. Penelitian ini memfokuskan pada akun jurnalistik karena postingannya kredibel dan interaksi dengan masyarakat sangat banyak. Akun jurnalistik dalam *Instagram* ada berbagai macam, yakni akun @*Kompastv*, akun @*Detikcom*, akun @*Folkative*, akun @*Narasi.tv* dan berbagai akun lainnya. Peneliti memilih akun @*Narasi.tv* sebagai objek kajian penelitian.

Akun @*Narasi.tv* merupakan sebuah akun yang membagikan informasi aktual yang sedang terjadi dengan ciri khas tersendiri. Akun *Instagram*

@Narasi.tv memberikan informasi bukan hanya mengenai berita terbaru, namun juga mengangkat isu-isu yang terjadi di masyarakat dengan penyajian yang diselingi humor. Akun @Narasi.tv memberikan ruang pendapat ataupun berkeluh kesah terhadap pengikutnya yang membuat banyak interaksi. Hal tersebut membuat akun @Narasi.tv berbeda dengan akun jurnalistik lainnya.

Akun Instagram @Narasi.tv memiliki satu juta pengikut dari beragam budaya dan bahasa yang berbeda. Hal tersebut, menandakan sebuah kemungkinan terjadinya alih kode dan campur kode ketika masyarakat memberikan respon terhadap postingan akun Instagram @Narasi.tv ataupun interaksi antar masyarakat dalam kolom komentar. Peneliti tertarik untuk menganalisis adanya alih kode dan campur kode dalam aktivitas tersebut. Hal tersebut dibuktikan dari beberapa komentar dalam postingan akun @Narasi.Tv sebagai berikut :

Pada tanggal 01 Maret 2022, oleh akun @Priscasoetikno dengan komentar “Savage ending-nya ya bruh” (Data 01), menunjukkan adanya campur kode dengan menyisipkan bahasa lain dalam tuturan. Penyisipan tersebut merujuk jenis campur kode luar (outer code mixing) dikarenakan terjadinya penyisipan bahasa nasional (B2) yakni bahasa Indonesia dengan bahasa asing (B3) yakni bahasa Inggris.

Alih kode dan campur kode telah banyak diteliti dalam beberapa penelitian. Salah satunya penelitian milik Rani Frisilia Kalangit (2016) dengan judul “Alih Kode dalam Instagram (Suatu Analisis Sociolinguistik)”. Penelitian tersebut berfokus pada penggunaan alih kode yang terjadi dalam sosial media Instagram. Objek penelitian mengarah pada beberapa postingan dari berbagai akun selebritas. Tujuan penelitiannya yakni untuk mengidentifikasi jenis-jenis alih kode dan alasan terjadinya alih kode dalam postingan tersebut. Tujuan dari penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, namun perbedaan terletak pada objek yang dikaji. Pada penelitian tersebut mengambil objek secara acak pada sosial media Instagram, sedangkan peneliti memfokuskan pada salah satu akun yakni akun Instagram @Narasi.tv.

Alih kode juga diteliti dan dikaji di luar negeri. Salah satu penelitian alih kode di luar negeri adalah penelitian yang dilakukan oleh David Vilares dan kawan-kawan yang berjudul “EN-EC-CS : An English-Spanish Code-Switching Twitter Corpus for Multilingual Sentiment Analysis” pada tahun 2016. Penelitian ini bertujuan mencari kata yang sering digunakan sebagai alih kode dalam *Twitter*. Persamaan dengan penelitian ini yakni mencari alih kode dalam sosial media.

Penelitian Septiani dan Manasikana (2020) dengan judul “Campur Kode Pada Akun *Instagram @Demakhariini* (Kajian Sociolinguistik)”. Peneliti tersebut berfokus pada penggunaan campur kode yang terjadi pada sosial media *Instagram*. Objek penelitian memfokuskan pada akun *@demakhariini*. Tujuan penelitian untuk mengetahui jenis-jenis dan bentuk-bentuk campur kode yang terjadi di akun *Instagram @demakhariini*. Sama halnya dengan Inda dan Netti (2020) yang turut serta melakukan analisis hanya berbeda objek yakni “Campur Kode dalam Komentar Akun *Instagram CNN Indonesia*”. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dalam tujuan maupun objek yang dikaji. Perbedaan terletak pada penelitian peneliti yang menambahkan bahan yang dikaji yakni alih kode dan campur kode dalam suatu akun *Instagram*.

Kajian dari penelitian ini relevan dengan penelitian Fitria Ningrum (2019) yang berjudul “Alih Kode dan Campur Kode dalam Postingan di Akun *Instagram Yowessorry*” yang berfokus pada penggunaan alih kode dan campur kode dengan objek akun *Instagram Yowessorry*, dan tujuan penelitiannya untuk mendiskripsikan bentuk alih kode dan campur kode serta makna dalam postingan akun *Instagram Yowessorry*, serta mengetahui alasan terjadinya alih kode dan campur kode. Tujuan penelitian memiliki kesamaan dengan peneliti, namun perbedaannya hanya pada objek yang dikaji dan peneliti juga ini ingin mengetahui pemertahanan bahasa terhadap adanya alih kode dan campur kode dalam akun *Instagram @Narasi.tv*.



Bedasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan mengenai alih kode dan campur kode yang terjadi dalam komentar akun *Instagram* yang ditunjang dengan penelitian relevan, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Alih Kode dan Campur Kode dalam Akun Instagram @Narasi.tv”. Penelitian ini memfokuskan pada adanya alih kode dan campur kode serta fungsi terhadap pemertahanan bahasa dalam masyarakat. Penelitian ini diharapkan menjadikan peneliti ataupun masyarakat lebih memahami dan peka terhadap fenomena kebahasaan yang terjadi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana jenis alih kode dalam akun *Instagram* @Narasi.tv?
2. Bagaimana jenis campur kode dalam akun *Instagram* @Narasi.tv?
3. Bagaimana dampak alih kode dan campur kode dalam akun *Instagram* @Narasi.tv terhadap pemertahanan bahasa pada masyarakat.

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis jenis alih kode dalam akun *Instagram @Narasi.tv*.
2. Menganalisis jenis campur kode dalam akun *Instagram @Narasi.tv*.
3. Menganalisis dampak alih kode dan campur kode dalam akun *Instagram @Narasi.tv* terhadap pemertahanan bahasa pada masyarakat.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk semua pihak :

#### 1) Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dalam bidang kebahasaan yang mengarah pada sosiolinguistik, khususnya pada kajian alih kode dan campur kode.

#### 2) Manfaat Praktik

1. Memperdalam pengetahuan peneliti mengenai alih kode dan campur kode yang merupakan bagian sosiolinguistik.
2. Mengetahui dampak mengenai fenomena alih kode dan campur kode terhadap pemertahanan bahasa pada masyarakat.
3. Menjadi salah satu acuan bagi peneliti lain dalam penelitian alih kode dan campur kode.
4. Memperdalam pengetahuan pembaca mengenai alih kode dan campur yang merupakan bagian sosiolinguistik.