

ANALISIS ALIH KODE DALAM TUTURAN KONTEN KREATOR MEDIA SOSIAL TIKTOK

Dhea Tisane Ardhan
Politeknik Negeri Jakarta, Depok, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 10 Februari 2025
Perbaikan 25 Februari 2025
Disetujui 05 Maret 2025

Kata kunci:

Alih Kode,
Tindak Tutur,
Media sosial.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk dan faktor penyebab terjadinya alih kode dalam tuturan kreator media sosial TikTok. Alih kode merupakan fenomena kebahasaan yang sering muncul dalam masyarakat bilingual dan multilingual. Perkembangan media sosial turut memperluas penggunaan alih kode sebagai strategi komunikasi untuk menarik perhatian audiens. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data penelitian berupa tuturan yang mengandung alih kode pada video TikTok yang diunggah oleh kreator konten Indonesia. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode simak dan teknik catat, sedangkan analisis data menggunakan metode padan pragmatis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua bentuk alih kode, yaitu alih kode intern dan alih kode ekstern. Alih kode intern terjadi antara bahasa Indonesia dan bahasa daerah, sedangkan alih kode ekstern terjadi antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Faktor yang melatarbelakangi terjadinya alih kode meliputi penyesuaian terhadap lawan tutur, perubahan topik pembicaraan, penegasan maksud, penciptaan kesan modern, serta upaya meningkatkan daya tarik komunikasi di media sosial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa alih kode tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai strategi identitas dan pemasaran digital.

© 2023 MEMACE

*Surat elektronik penulis: dhea.tisane.ardhan@mesin.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Melalui bahasa, seseorang dapat menyampaikan gagasan, perasaan, informasi, dan berbagai pengalaman kepada orang lain. Menurut Keraf (2004), bahasa adalah alat komunikasi antaranggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap

manusia. Sementara itu, Kridalaksana (2008) mendefinisikan bahasa sebagai sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh anggota masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri.

Dalam kehidupan masyarakat modern, penggunaan bahasa tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial. Hubungan antara bahasa dan

masyarakat menjadi objek kajian sociolinguistik. Fishman (1972) menyatakan bahwa sociolinguistik mempelajari karakteristik variasi bahasa, fungsi bahasa, dan penggunaan bahasa dalam masyarakat. Senada dengan itu, Chaer dan Agustina (2014) menjelaskan bahwa sociolinguistik merupakan cabang linguistik yang mengkaji bahasa dalam hubungannya dengan faktor-faktor sosial kemasyarakatan.

Masyarakat Indonesia pada umumnya merupakan masyarakat multilingual yang menguasai lebih dari satu bahasa. Kondisi tersebut memungkinkan terjadinya kontak bahasa dalam berbagai situasi komunikasi. Menurut Weinreich (1979), kontak bahasa terjadi ketika dua bahasa atau lebih digunakan secara bergantian oleh penutur yang sama. Akibat adanya kontak bahasa, muncul berbagai gejala kebahasaan seperti interferensi, integrasi, campur kode, dan alih kode.

Alih kode merupakan salah satu fenomena kebahasaan yang sering ditemukan dalam masyarakat bilingual maupun multilingual. Appel dan Muysken (2006) menyatakan bahwa alih kode adalah peristiwa berpindahnya penggunaan bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain dalam suatu situasi komunikasi tertentu. Sementara itu, Suwito (1985) menjelaskan bahwa alih kode terjadi karena adanya perubahan situasi tutur yang mengharuskan penutur menggunakan kode bahasa yang berbeda.

Menurut Nababan (1993), alih kode merupakan gejala penggunaan dua bahasa atau lebih secara bergantian yang dipengaruhi oleh situasi, tujuan komunikasi, dan hubungan antarpeserta tutur. Pendapat tersebut diperkuat oleh Wardhaugh (2015) yang menyatakan bahwa pemilihan kode bahasa sering kali berkaitan dengan identitas sosial, status, dan keanggotaan kelompok tertentu.

Fenomena alih kode semakin berkembang seiring dengan pesatnya penggunaan media

sosial. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas sosial dan budaya. Menurut Crystal (2006), perkembangan teknologi digital telah melahirkan variasi penggunaan bahasa yang khas, termasuk kecenderungan mengombinasikan berbagai bahasa dalam satu tuturan. Hal tersebut terlihat jelas pada platform TikTok yang saat ini menjadi salah satu media sosial paling populer di kalangan masyarakat Indonesia.

TikTok memungkinkan pengguna menghasilkan dan menyebarkan konten dalam bentuk video pendek yang memadukan unsur visual, audio, dan bahasa. Dalam berbagai konten TikTok, kreator sering menggunakan bahasa Indonesia yang diselingi bahasa Inggris maupun bahasa daerah. Penggunaan bentuk-bentuk seperti *guys*, *bestie*, *literally*, *sorry*, dan *by the way* menunjukkan adanya praktik alih kode yang dilakukan secara sadar untuk menarik perhatian audiens.

Menurut Hymes (1974), pilihan bahasa dalam suatu peristiwa komunikasi dipengaruhi oleh berbagai komponen tutur yang dikenal dengan model SPEAKING, yaitu setting, participants, ends, act sequence, key, instrumentalities, norms, dan genre. Dengan demikian, penggunaan alih kode dalam media sosial tidak terjadi secara kebetulan, melainkan dipengaruhi oleh tujuan komunikasi dan karakteristik audiens yang dituju.

Penelitian mengenai alih kode telah dilakukan oleh berbagai peneliti. Sumarsono (2017) menemukan bahwa alih kode sering digunakan sebagai strategi penyesuaian terhadap lawan tutur dan situasi komunikasi. Wijana dan Rohmadi (2013) juga menegaskan bahwa penggunaan alih kode dapat menunjukkan identitas sosial serta kedekatan emosional antara penutur dan mitra tutur. Namun demikian, kajian mengenai alih kode dalam konten media sosial masih perlu

dikembangkan karena komunikasi digital memiliki karakteristik yang berbeda dengan komunikasi konvensional.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk-bentuk alih kode serta faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan alih kode dalam tuturan kreator konten TikTok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian sosiolinguistik, khususnya mengenai fenomena alih kode dalam komunikasi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Nurgiyantoro (2018), penelitian kualitatif bertujuan menghasilkan deskripsi yang sistematis mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh di lapangan.

Sumber data penelitian adalah video TikTok yang diunggah oleh kreator konten Indonesia selama periode pengamatan. Data berupa tuturan yang mengandung gejala alih kode.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode simak dengan teknik catat. Peneliti menyimak video yang dipilih, kemudian mencatat tuturan yang menunjukkan adanya peralihan kode bahasa.

Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Identifikasi bentuk alih kode mengacu pada teori Chaer dan Agustina (2014), sedangkan faktor penyebab dianalisis berdasarkan teori Hymes (1974) dan Nababan (1993).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk-Bentuk Alih Kode

Berdasarkan hasil analisis data ditemukan dua bentuk alih kode, yaitu alih kode intern dan

alih kode ekstern. Kedua bentuk tersebut muncul dalam tuturan kreator konten TikTok sebagai strategi komunikasi untuk menyesuaikan diri dengan audiens dan konteks pembicaraan.

1. Alih Kode Intern

Alih kode intern merupakan peralihan kode yang terjadi antarbahasa yang masih berada dalam lingkungan bahasa nasional dan bahasa daerah. Menurut Suwito (1985), alih kode intern terjadi apabila penutur beralih dari bahasa Indonesia ke bahasa daerah atau sebaliknya.

Data 1

"Teman-teman, hari ini saya mau kasih tips bisnis online. Pokoknya harus rajin, jangan malas, ndak boleh lemaq-lemaq terus."

Pada data tersebut terjadi peralihan dari bahasa Indonesia ke bahasa Sasak pada frasa *lemaq-lemaq* yang berarti "bermalas-malasan". Perubahan kode dilakukan penutur untuk menciptakan kedekatan sosial dengan audiens yang memiliki latar budaya yang sama.

Penggunaan bahasa daerah dalam konten digital menunjukkan bahwa identitas lokal masih dipertahankan meskipun komunikasi berlangsung pada platform yang bersifat global. Alih kode ini juga berfungsi sebagai penanda solidaritas antara penutur dan pengikutnya. Temuan ini sejalan dengan pendapat Nababan (1993) bahwa salah satu fungsi alih kode adalah mempererat hubungan sosial antarpeserta tutur.

2. Alih Kode Ekstern

Alih kode ekstern merupakan peralihan dari bahasa Indonesia ke bahasa asing atau sebaliknya. Dalam penelitian ini, bahasa asing yang paling dominan digunakan adalah bahasa Inggris.

Data 2

"Oke guys, hari ini aku mau review produk yang lagi viral banget."

Kata *guys* merupakan bentuk alih kode ekstern yang digunakan sebagai sapaan kepada

audiens. Penggunaan kata tersebut menunjukkan adanya pengaruh budaya digital global yang banyak menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi internasional.

Dalam konteks media sosial, penggunaan kata *guys* dianggap lebih santai dan akrab dibandingkan sapaan formal seperti "teman-teman". Oleh karena itu, pemilihan kode tersebut bertujuan membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens, khususnya generasi muda.

Data 3

"Produk ini literally bikin aku kaget karena kualitasnya bagus."

Pada data tersebut, kata *literally* digunakan untuk memperkuat ekspresi penutur. Secara pragmatis, penggunaan kata tersebut bertujuan memberikan penekanan terhadap pengalaman yang disampaikan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa alih kode tidak selalu dilakukan karena keterbatasan kosakata, melainkan sebagai pilihan gaya bahasa yang dianggap lebih ekspresif. Hal ini sesuai dengan pendapat Wardhaugh (2015) bahwa pemilihan kode bahasa sering kali berkaitan dengan tujuan sosial dan efek komunikasi yang ingin dicapai penutur.

Faktor Penyebab Terjadinya Alih Kode

Berdasarkan analisis data, ditemukan beberapa faktor yang melatarbelakangi penggunaan alih kode dalam tuturan kreator TikTok.

1. Penyesuaian terhadap Audiens

Data 4

"Halo bestie, gimana kabarnya hari ini?"

Kata *bestie* digunakan sebagai bentuk sapaan yang populer di media sosial. Penggunaan istilah tersebut menunjukkan upaya penutur menyesuaikan diri dengan bahasa yang umum digunakan oleh pengikutnya.

Alih kode ini mencerminkan strategi komunikasi digital yang berorientasi pada kedekatan emosional. Penutur berusaha menciptakan suasana yang akrab sehingga audiens merasa menjadi bagian dari komunitas yang sama.

2. Penegasan Maksud

Data 5

"Ini penting banget, seriously kalian harus coba."

Penggunaan kata *seriously* berfungsi mempertegas pesan yang ingin disampaikan penutur. Kata tersebut memberikan efek penekanan yang lebih kuat dibandingkan jika seluruh tuturan menggunakan bahasa Indonesia.

Dalam komunikasi media sosial yang berlangsung cepat, penekanan pesan menjadi penting agar informasi yang disampaikan lebih mudah menarik perhatian audiens.

3. Perubahan Topik Pembicaraan

Data 6

"Sekarang kita masuk ke bagian marketing strategy."

Istilah *marketing strategy* digunakan karena telah menjadi istilah yang umum dalam dunia bisnis dan pemasaran digital. Penutur memilih menggunakan istilah bahasa Inggris karena dianggap lebih praktis dan mudah dipahami oleh audiens yang akrab dengan bidang tersebut.

Fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi turut memengaruhi pilihan bahasa dalam komunikasi digital.

4. Membangun Identitas Modern

Data 7

"Stay productive dan jangan lupa upgrade skill kalian."

Data tersebut menunjukkan penggunaan dua ungkapan bahasa Inggris yang telah populer di kalangan generasi muda. Penutur berusaha membangun citra sebagai individu yang

modern, kreatif, dan mengikuti perkembangan global.

Menurut Fishman (1972), pilihan bahasa sering kali mencerminkan identitas sosial penuturnya. Dalam konteks media sosial, penggunaan bahasa Inggris menjadi simbol kedekatan dengan budaya global dan komunitas digital internasional.

5. Meningkatkan Daya Tarik Konten

Selain faktor-faktor di atas, alih kode juga digunakan untuk meningkatkan daya tarik konten. Penggunaan dua bahasa dalam satu tuturan membuat penyampaian pesan menjadi lebih variatif dan tidak monoton.

Dalam persaingan konten digital yang semakin ketat, kreator dituntut untuk menggunakan strategi bahasa yang mampu menarik perhatian pengguna. Oleh karena itu, alih kode menjadi salah satu pilihan yang efektif untuk menciptakan gaya komunikasi yang unik dan mudah diingat oleh audiens.

Tabel Temuan Alih Kode

No	Data	Jenis alih Kode	Faktor Penyebab
1	Ndak boleh lemaq-lemaq terus	Intern	Kedekatan budaya
2	guys	Ekstern	Penyesuaian audiens
3	literally	Ekstern	Penegasan maksud
4	bestie	Ekstern	Keakraban
5	seriously	Ekstern	Penekanan pesan
6	marketing strategy	Ekstern	Perubahan topik
7	stay productive	Ekstern	Identitas modern

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa alih kode dalam konten TikTok tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana membangun identitas, mempererat hubungan dengan audiens, dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Bentuk alih kode yang paling dominan adalah alih kode ekstern dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris. Dominasi tersebut menunjukkan kuatnya pengaruh globalisasi dan budaya digital terhadap praktik berbahasa masyarakat Indonesia saat ini.

Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian Sumarsono (2017), Wijana dan Rohmadi (2013), serta Wardhaugh (2015) yang menyatakan bahwa penggunaan alih kode sangat dipengaruhi oleh faktor sosial, identitas penutur, dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Dengan demikian, fenomena alih kode dalam media sosial dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi bahasa terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan komunikasi masyarakat modern.

SIMPULAN

Alih kode merupakan fenomena kebahasaan yang banyak ditemukan dalam tuturan kreator media sosial TikTok. Hasil penelitian menunjukkan adanya dua bentuk alih kode, yaitu alih kode intern dan alih kode ekstern. Alih kode intern terjadi antara bahasa Indonesia dan bahasa daerah, sedangkan alih kode ekstern terjadi antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya alih kode meliputi penyesuaian terhadap audiens, penegasan maksud, perubahan topik pembicaraan, pembangunan identitas modern, dan peningkatan daya tarik konten. Dengan demikian, alih kode tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga

sebagai strategi sosial dan identitas dalam komunikasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Appel, R., & Muysken, P. (2006). *Language Contact and Bilingualism*. Amsterdam University Press.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2014). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Crystal, D. (2006). *Language and the Internet* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Fishman, J. A. (1972). *The Sociology of Language*. Rowley, MA: Newbury House.
- Hymes, D. (1974). *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Keraf, G. (2004). *Komposisi*. Jakarta: Nusa Indah.
- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nababan, P. W. J. (1993). *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nurgiyantoro, B. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rahardi, K. (2015). *Kajian Sosiolinguistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarsono. (2017). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suwito. (1985). *Pengantar Awal Sosiolinguistik: Teori dan Problema*. Surakarta: Henary Offset.
- Wardhaugh, R. (2015). *An Introduction to Sociolinguistics* (7th ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Weinreich, U. (1979). *Languages in Contact: Findings and Problems*. The Hague: Mouton.
- Wijana, I. D. P., & Rohmadi, M. (2013). *Sosiolinguistik: Kajian Teori dan Analisis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.