

## CAMPUR KODE DAN ALIH KODE (ANALISIS PADA KONTEN INSTAGRAM SEHAND AZHAR)

Zulli Umri Siregar<sup>1</sup>, Fathur Riyadhi Arsal<sup>2</sup>, Khairun Nisa Hasugian<sup>3</sup>, Nabila Mutia Tsani<sup>4</sup>

UIN Sunan Gunung Djati Bandung

[zulli.siregar@uinsgd.ac.id](mailto:zulli.siregar@uinsgd.ac.id)<sup>1</sup>, [fathur.arsal@gmail.com](mailto:fathur.arsal@gmail.com)<sup>2</sup>, [khairunnisahasugian@gmail.com](mailto:khairunnisahasugian@gmail.com)<sup>3</sup>,

[nabilamutiaaaa@gmail.com](mailto:nabilamutiaaaa@gmail.com)<sup>4</sup>

### ABSTRACT

*This study aims to examine the use of code switching and code mixing in Instagram content by Sehand Azhar, especially in the form of video reels, to understand its function and meaning in digital communication. The method used is a descriptive qualitative case study with the technique of simak libat cakap. Data were taken from 15 video reels watched by more than 20,000 people, and analyzed using a summative approach to identify elements of code-switching and code-mixing. The results show that the use of code-switching and code-mixing in Azhar's content enriches expression and strengthens social identity between speakers, with some Arabic elements that are difficult to translate into Indonesian, thus adding aesthetic and functional value in the pesantren context. The analysis also reveals that this phenomenon is supported by the multilingual ability of the speakers and the appeal of Arabic among the audience, most of whom have a pesantren background. The implications of this study show that code-switching and code-mixing in social media not only strengthen social relations, but also contribute to the preservation of pesantren language and culture, and open up opportunities for further research on the impact of multilingualism in digital communication.*

**Keywords:** Code Switch, Code Mix, Instagram

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan alih kode dan campur kode dalam konten Instagram oleh Sehand Azhar, khususnya dalam bentuk video reels, untuk memahami fungsi dan maknanya dalam komunikasi digital. Metode yang digunakan adalah studi kasus kualitatif deskriptif dengan teknik simak libat cakap. Data diambil dari 15 video reels yang ditonton lebih dari 20.000 orang, dan dianalisis menggunakan pendekatan sumatif untuk mengidentifikasi elemen alih kode dan campur kode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan alih kode dan campur kode dalam konten Azhar memperkaya ekspresi dan memperkuat identitas sosial antarpemirsa, dengan beberapa elemen bahasa Arab yang sulit diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, sehingga menambah nilai estetis dan fungsional dalam konteks pesantren. Analisis juga mengungkapkan bahwa fenomena ini didukung oleh kemampuan

multibahasa dari penutur dan daya tarik bahasa Arab di kalangan penonton yang sebagian besar berlatar belakang pesantren. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa alih kode dan campur kode di media sosial tidak hanya memperkuat hubungan sosial, tetapi juga berkontribusi dalam pelestarian bahasa dan budaya pesantren, serta membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut tentang dampak multibahasa dalam komunikasi digital.

**Kata Kunci:** Alih Kode, Campur Kode, Instagram

## PENDAHULUAN

Bahasa adalah salah satu cara penting bagi manusia untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. Bahasa adalah alat komunikasi unik bagi manusia. Bahasa adalah bagian dari masyarakat dan digunakan oleh anggotanya. Bahasa adalah alat untuk berkomunikasi dan mengkomunikasikan ide serta perasaan manusia seperti bahagia, gembira, sedih, kesal, marah, kecewa, dll. (Mailani dkk., 2022). Bahasa, menurut Keraf (2006, hal. 4), memungkinkan kita untuk memahami orang lain dan mengungkapkan emosi dan pikiran mereka secara lisan. Bahasa dan masyarakat adalah satu sama lain. Ini terkait dengan peran manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan komunikasi.

Bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, tetapi juga memainkan peran penting dalam pembentukan sistem sosial kemasyarakatan (Rina Devianty, 2017). Individu dapat menggunakan lebih dari satu bahasa dalam komunikasi masyarakat. Bilingual adalah seseorang yang dapat berbicara dua bahasa saat berinteraksi dengan orang lain (Mustikawati, 2016). Dalam masyarakat bilingual atau multilingual, sering terjadi alih kode atau campur kode. Suwito (1983, hal. 68) menyatakan bahwa "alih kode" dapat didefinisikan sebagai "pergantian dua bahasa dalam satu wacana, kalimat, atau konstituen" atau sebagai pergeseran antara tiga bahasa sekaligus. Menurut Ayu Wulandari (2023), ini dapat menjadi cara yang lebih mudah untuk dua orang yang terlibat dalam percakapan menyalin kata dari satu bahasa ke bahasa lain. Namun, campur kode adalah penggunaan satuan bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain untuk meningkatkan gaya atau ragam bahasa. Ini mencakup kata, klausa, idiom, sapaan, dan sebagainya (Kridalaksana, 2008).

Zaman sekarang, media sosial sangat populer di Indonesia dan digunakan oleh masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain. Salah satu platform media sosial yang disebutkan adalah Instagram (Harahap & Adeni, 2020). Media sosial Instagram saat ini masih banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Terhitung 89.891.300 pengguna di Indonesia pada bulan Januari 2024 atau dengan kata lain terdapat 31,8% pengguna instagram dari total populasi di Indonesia (NapoleonCat, 2024). Konten yang ditampilkan di

Instagram tidak hanya melibatkan gambar dan video, tetapi juga melibatkan penggunaan bahasa dalam berbagai bentuk, termasuk teks, caption, dan percakapan dalam kolom komentar (Nursarah, 2019).

Penelitian ini berfokus pada konten yang diunggah oleh Sehand Azhar di platform Instagram, yang menunjukkan praktik campur kode dan alih kode dalam bentuk video reels. Dengan jumlah penonton yang tinggi, konten ini menjadi cerminan nyata dari interaksi sosial di media sosial dan penggunaan bahasa yang khas. Namun, pemahaman terhadap fungsi dan makna campur kode dan alih kode dalam konteks digital masih memerlukan kajian lebih mendalam, khususnya terkait dengan bagaimana fenomena ini dapat memperkuat makna, membangun identitas, serta membentuk hubungan sosial antarpemirsa.

## **PENELITIAN TERDAHULU**

Beberapa penelitian yang relevan diantaranya, *Pertama*, penelitian Sesha Eka Oktarina (2019) yang berjudul “kajian sosiolinguistik campur kode pada bahasa prokem remaja zaman sekarang dalam media sosial instagram” bahwa Campur kode dalam bahasa prokem remaja berasal dari akun meme di Instagram dan menjadi tren. Bentuknya mencakup campur kode ke luar (bahasa Indonesia-Inggris), pada frasa, dan kata. Maknanya bersifat denotatif dan konotatif, berfungsi membangkitkan humor dan mengikuti tren kekinian. *Kedua*, penelitian Eka Susylowati dan Rahmat Wisudawanto (2020) yang berjudul “pilihan kode santri dalam komunikasi di media sosial” bahwa Pondok pesantren yang menggunakan variasi bahasa pada waktu berkomunikasi di facebook bagi para santri menimbulkan pilihan kode dengan memilih variasi bahasa yang tepat ketika berkomunikasi. *Ketiga*, penelitian Anisatul Fawaidati Khusnia (2016) yang berjudul “Alih Kode dan Campur Kode dalam Percakapan Sehari-hari Masyarakat Kampung Arab Kota Malang (Kajian Sosiolinguistik)” bahwa Masyarakat kampung Arab di Malang menggunakan alih kode dan campur kode antara bahasa Arab, Indonesia, dan Jawa, dipengaruhi oleh faktor sejarah, agama, keturunan, dan interaksi bahasa.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini adalah studi kasus kualitatif deskriptif, yang berarti data dan analisisnya diambil dalam bentuk kata-kata, bukan angka. Dengan demikian, penelitian deskriptif akan menjelaskan fenomena, fakta, dan kejadian yang dialami oleh satu orang (Sugiyono, 2023,

hal. 15). Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu memberikan penjelasan rinci tentang peristiwa yang terjadi di akun Instagram Sehand Azhar.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik simak libat cakap untuk menyimak atau melihat penggunaan bahasa yang terjadi (Sugiyono, 2023, hal. 296). Reel yang diunggah oleh akun Instagram Sehand Azhar adalah sumber data dari penelitian ini. Penelitian ini akan menyelidiki lima belas video, yang masing-masing telah ditonton oleh lebih dari 20.000 orang.

Penelitian ini pertama kali melakukan analisis data dengan mencatat atau mentranskripsi tuturan yang terjadi dalam video untuk memudahkan pemahaman setiap data yang muncul, yang kemudian dideskripsikan. Analisis juga dilakukan menggunakan pendekatan sumatif (I Made Laut Mertha Jaya, 2021, hal. 162). Metode analisis ini melibatkan membaca kembali transkripsi video, mencatat tuturan yang mengandung elemen campur kode dan alih kode, dan membuat kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mencari ujaran-ujaran dari konten Instagram Sehand Azhar yang mengandung unsur alih kode atau campur kode. Kemudian, mereka mengkategorikan ujaran-ujaran sesuai dengan fenomena alih kode atau campur kode.

### Temuan data berbentuk alih Kode

Ujaran 1:

"Si paling *muti*"

Data ini menunjukkan alih kode metaforis. Kata "*muti*" berasal dari bahasa Arab yang berarti "taat." Penggunaan frasa ini memperkuat penekanan bahwa individu tersebut sangat taat dan kooperatif, tanpa masalah dalam situasi tertentu. Frasa Arab tersebut tidak digantikan karena memiliki konotasi yang sudah dikenal di antara penutur dan menambah makna ekspresif.

Ujaran 2:

"Ngumpul...ngumpul....*ta'al..ta'al..ta'al*"

Data ini mengandung alih kode intra-sentensial. Kata "*ta'al*" yang berasal dari bahasa Arab berarti "mari" atau "ayo ke sini." Dalam konteks ini, "*ta'al*" digunakan berulang kali untuk memanggil orang-orang agar berkumpul. Kata ini menjadi bagian dari ekspresi ajakan yang secara alami tidak perlu diterjemahkan karena sudah dipahami oleh lingkungan sosial yang sama.

Ujaran3:

"*Tayyib* karena kita sebentar lagi ujian"

Ujaran ini merupakan contoh alih kode situasional. Kata "*Tayyib*" dari bahasa Arab, yang berarti "baiklah," digunakan sebagai pengantar untuk menyampaikan informasi terkait persiapan ujian. Ungkapan ini mencerminkan suasana yang akrab, di mana penyampaian informasi formal disisipkan dengan ekspresi sehari-hari dalam bahasa Arab yang menciptakan suasana informal.

Ujaran 4:

"Salto di *hujroh*"

Ujaran ini adalah contoh alih kode eksternal. Kata "*hujroh*" dari bahasa Arab yang berarti "ruang" atau "kamar" digunakan untuk menggambarkan tempat di mana aktivitas dilakukan. Ungkapan ini mengacu pada lokasi secara harfiah.

Ujaran 5:

"Harus terus *ma'an*"

Data ini menunjukkan alih kode intra-sentensial. Kata "*ma'an*" yang berarti "bersama-sama" dalam bahasa Arab digunakan dalam kalimat bahasa Indonesia. Penggunaan "*ma'an*" menggarisbawahi semangat kebersamaan yang menjadi nilai utama. Frasa Arab tersebut memberikan warna unik dalam ujaran dan memperkuat makna kekompakan dalam konteks komunitas.

Ujaran 6:

"*Ana zalik kholas jihad jiddan* loh"

Ujaran ini adalah contoh alih kode intra-sentensial. Kata-kata Arab "*ana zalik kholas jihad jiddan*" yang berarti "saya telah berjuang dengan sungguh-sungguh" disisipkan dalam kalimat informal bahasa Indonesia. Ekspresi ini menggabungkan bahasa Arab untuk menekankan keseriusan atau perjuangan dalam situasi tertentu, yang tidak mudah tergantikan dengan istilah lain.

Ujaran 7:

"*Zahzih qolil* loh"

Data ini menunjukkan alih kode eksternal. “*Zahzih qoli*” berasal dari bahasa Arab yang berarti “geser sedikit.” Frasa ini biasanya diucapkan dalam situasi informal antara santri, menekankan gaya komunikasi khas pesantren yang akrab dengan penggunaan bahasa Arab.

Ujaran 8:

"*Qolansuwah* udah turun"

Ujaran ini termasuk alih kode eksternal. Kata “*qolansuwah*” dari bahasa Arab, berarti “peci” yang biasanya digunakan santri. Ungkapan ini merujuk pada aksesoris khas dalam lingkungan pesantren yang memiliki nilai simbolis, sehingga sulit diterjemahkan langsung ke bahasa Indonesia.

Ujaran 9:

"*Sa ta'kul na'am ju' kan*"

Data ini merupakan contoh alih kode eksternal. Frasa “*Sa ta'kul na'am ju' kan*” dalam bahasa Arab berarti “Mau makan ya, lapar kan,” menunjukkan percakapan ringan dengan gaya pesantren yang khas. Frasa ini menunjukkan gaya komunikasi yang informal dan menggambarkan hubungan sosial di antara santri.

#### **Temuan data berbentuk campur Kode:**

Ujaran 10:

"*tajammu' awwalan* santuy"

Data ini merupakan campur kode intra-kalimat. Frasa “*tajammu' awwalan*” dalam bahasa Arab berarti “berkumpul terlebih dahulu,” sementara “santuy” dalam bahasa Indonesia berarti santai. Frasa ini menggabungkan dua bahasa untuk menyampaikan suasana informal dalam suatu pertemuan.

Ujaran 11:

"Pengumpulan kertas *jasus* mahkamah bahasa"

Data ini adalah campur kode berbentuk kata. Kata “*jasus*” dalam bahasa Arab berarti “mata-mata” dan digunakan dalam konteks pengumpulan kertas untuk menambahkan nuansa tertentu pada aktivitas di mahkamah bahasa.

Ujaran 12:

"6 tahun *fi ma'had kholas hatam*"

Data ini adalah campur kode intra-kalimat, dengan frasa Arab "*fi ma'had*" (di pesantren) dan "*kholas hatam*" (sudah selesai). Gabungan ini digunakan untuk menyampaikan informasi tentang pengalaman belajar selama enam tahun di pesantren.

Ujaran 13:

"*Futur* penuh kenangan"

Data ini adalah campur kode antar-frasa. Kata "*futur*" dalam bahasa Arab berarti sarapan atau acara makan, dan "penuh kenangan" melengkapi maknanya dalam bahasa Indonesia, memberi kesan bahwa acara makan tersebut diiringi dengan kenangan.

Ujaran 14:

"Apapun *idamnya* tetap makan dengan lahap"

Data ini adalah campur kode berbentuk kata. Kata "*idam*" diserap dari bahasa Arab dan digunakan dalam bahasa Indonesia untuk menggambarkan lauk.

Ujaran 15:

"Siapa yg kerjaannya dekorin *sabburoh* pas *muhadhoroh*"

Data ini mengandung campur kode bentuk kata dan antar-frasa. Kata "*sabburoh*" (papan tulis) dan "*muhadhoroh*" (acara pidato) dalam bahasa Arab digunakan dalam kalimat bahasa Indonesia, memberi konteks pada aktivitas sekolah atau pesantren.

Ujaran 16:

"Iah, *Nisbatan ente ahsan ana*"

Data ini merupakan campur kode antar-frasa. Frasa "*Nisbatan ente ahsan ana*" menggunakan kata-kata dalam bahasa Arab dengan arti "dibandingkan kamu, saya lebih baik". Penutur mencampur frasa bahasa Arab dalam kalimat bahasa Indonesia untuk menambahkan konteks perbandingan secara informal.

Ujaran 17:

"dengan buku kita bisa menaklukkan dunia, *akhi iqra Alkitab tsumma kutub al khulasoh*"

Data ini adalah campur kode antar-kalimat. Frasa "*akhi iqra Alkitab tsumma kutub al khulasoh*" dalam bahasa Arab memiliki makna ajakan untuk membaca buku dan menunjukkan pentingnya ilmu. Penggunaan bahasa Arab memperkuat makna kalimat sebelumnya.

Ujaran 18:

"batni kazaka ustad, mules"

Data ini merupakan campur kode berbentuk frasa. Frasa "*batni kazaka*" dalam bahasa Arab berarti "begitupun dengan perut saya," diikuti kata "mules" dalam bahasa Indonesia untuk menunjukkan kondisi fisik.

Ujaran 19:

"ayo *likay sur'ah*"

Data ini adalah campur kode intra-kalimat. Kata "*likay sur'ah*" dalam bahasa Arab berarti "supaya cepat," dan digunakan dalam kalimat ajakan dalam bahasa Indonesia untuk menambah kesan urgensi.

Penemuan ujaran di atas menunjukkan bahwa penelitian ini mengonfirmasi penelitian sebelumnya oleh Hukama, dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa kemampuan multibahasa seseorang dapat mempengaruhi gaya komunikasinya. Dalam penelitian ini, Sehand Azhar adalah subjek dari penelitian ini, yang memiliki kemampuan untuk menggunakan berbagai macam bahasa. Penelitian saat ini juga sejalan dengan penelitian oleh Handayani dan Mintowati (2024), yang menemukan bahwa pemilihan kata yang lebih sering digunakan merupakan penyebab fenomena yang terjadi. Ini menunjukkan bahwa orang Indonesia dapat memahami banyak kata dan frasa berbahasa Arab yang digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Selain itu, fenomena alih kode dan campur kode yang terjadi dalam penelitian saat ini disebabkan oleh faktor penutur yang memiliki dan dapat menggunakan berbagai macam bahasa, dan audience atau penonton, yang mayoritas adalah lulusan pesantren atau pondok, yang mengutamakan penggunaan bahasa Arab. Selain itu, menurut data yang ditemukan, elemen penyisipan bahasa terjadi karena kebutuhan kata dalam bahasa asli untuk menekankan beberapa istilah tertentu (Mahiroh & Ahmadi, 2024).

## KESIMPULAN

Penggunaan alih kode dan campur kode pada konten Instagram Sehand Azhar bukan hanya sebagai gaya berbahasa, tetapi juga memiliki peran strategis dalam memperkaya makna, memperkuat identitas budaya, dan membangun kedekatan dalam komunikasi. Penelitian ini mengungkap bahwa penggunaan bahasa Arab secara spesifik menjadi alat penting dalam menciptakan suasana informal dan akrab di antara pengguna yang mayoritas berlatar belakang pesantren. Temuan ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa latar belakang multibahasa individu dapat memengaruhi pilihan kata dan gaya komunikasi. Selain itu, hasil ini juga memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang komunikasi multibahasa di media sosial, yang dapat memperkaya strategi pengajaran

berbasis konteks sosial, khususnya di lingkungan yang melibatkan pengguna dengan latar belakang pendidikan pesantren.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisatul Fawaidati Khusnia. (2016). *Alih Kode dan Campur Kode dalam Percakapan Sehari-hari Masyarakat Kampung Arab Kota Malang (Kajian Sociolinguistik)*. UIN Sunan Kalijaga Jogjakarta.
- Ayu Wulandari, P., Setiawan, T., & Fadilla, A. R. (2023). Alih kode dan campur kode dalam Channel Youtube Londokampung dalam interaksi pasar. *Jurnal Genre (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya)*, 5(1), 56–65. <https://doi.org/10.26555/jg.v5i1.7385>
- Handayani, W. E. P., & Mintowati. (2024). Alih Kode dan Campur Kode Dalam Ceramah Ning Umi Laila pada Media Youtube: Kajian Sociolinguistik. *Bapala: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 11(3), 146–157.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- I Made Laut Mertha Jaya. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata* (2 ed.). Quadrant.
- Keraf, G. (2006). *Diksi dan gaya bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Mahiroh, N. W., & Ahmadi, A. (2024). Campur dan Alih Kode Pondok Pesantren Al Ibrohimi, Manyar sebagai Eskalasi Kosa Kata dan Komunikasi Santri. *Jurnal Diksatrasi: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(2), 564–577. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25157/diksatrasi.v8i2.14047>
- Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Dalam Kehidupan Manusia. *Kampret Journal*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.35335/kampret.v1i1.8>
- Muhammad Hanif Hukama, Damara, I., & Fauzi Rachman, I. (2024). Pembelajaran Bilingual: Pemerolehan dan Perkembangan Bahasa Kedua Terhadap Kemampuan Kognitif Anak Bilingual. *Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 3(1), 119–131. <https://doi.org/10.56444/soshumdik.v3i1.1570>
- Mustikawati, D. A. (2016). Alih Kode Dan Campur Kode Antara Penjual Dan Pembeli (Analisis Pembelajaran Berbahasa Melalui Studi Sociolinguistik). *Jurnal Dimensi Pendidikan dan*

*Pembelajaran*, 3(1), 23–32. <https://doi.org/10.24269/dpp.v2i2.154>

NapoleonCat. (2024). *Pengguna Instagram di Indonesia*. NapoleonCat.com. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>

Nursarah. (2019). *Analisis Wacana Kritis Perspektif Teun A. Van Dijk Terhadap Media Sosial Pada Akun Instagram @indonesiatanpapacaran*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Oktarina, S. E. (2019). Kajian Sociolinguistik Campur Kode Pada Bahasa Prokem Remaja Zaman Sekarang Dalam Media Sosial Instagram. In *Menjawab Tantangan Pendidikan melalui Literasi Budaya pada Era Disrupsi* (Vol. 4, Nomor 1).

Rina Devianty. (2017). Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan. *Jurnal Tarbiyah*, 24(2), 226–245.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); II). Alfabeta.

Susylowati, E. (2020). *PILIHAN KODE SANTRI DALAM KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL Code Choice Used by Santri in the Communication in Social Media*. 36.

Suwito. (1983). *Pengantar Awal Sociolinguistik: Teori dan Problema*. UNS Press.