

ANALISIS PENGGUNAAN CAMPUR KODE DALAM VLOG ATTA HALILINTAR : KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

Novhira Putri Paino

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Universitas Negeri Medan

Jalan Williem Iskandar Pasar V Medan Estate, Medan

surel: novhiraputri099@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk campur kode pada vlog Atta Halilintar berdasarkan kajian Sociolinguistik. Data atau video yang dianalisis yaitu tiga video dari channel youtubanya Atta Halilintar. Pada kesempatan kali ini penyusun akan membahas tentang Analisis Penggunaan Campur Kode dalam Konten Video Atta Halilintar pada tahun 2020. Data penelitian ini berupa tuturan dari video youtube Atta Halilintar. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial termasuk fenomena kebahasaan. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah teknik catat. Data diperoleh secara langsung dengan pencatatan semi struktur yakni mentranskrip ungkapan suara dan video dari handphone kemudian dianalisis untuk mengetahui bagaimana bentuk campur kode tersebut. Pada penelitian ini ditemukan dua jenis campur kode, yaitu jenis campur kode ke dalam, dan jenis campur kode ke luar. Hasil dari penelitian ini, jenis campur kode dominan adalah jenis campur kode ke luar sebanyak 86 data atau 97%, sedangkan jenis campur kode campur kode ke dalam berjumlah 2 data atau 3%.

Kata Kunci : *campur kode, vlog, Atta Halilintar*

Abstract

This research was conducted to determine the form of code mixing in the Atta Halilintar vlog video in sociolinguistic studies. The data or videos that will be discussed are three videos from Atta Halilintar's YouTube channel. On this occasion the compilers will discuss the Analysis of the Use of Mix Codes in the Atta Halilintar Vlog in 2020. The data of this research is in the form of a speech from the Atta Halilintar youtube video. This study uses qualitative research with descriptive methods that produce descriptive data in the form of words that aim to understand social phenomena including linguistic phenomena. The technique used in data collection is the note taking technique. The data were obtained directly by recording semi-structures, namely transcribing voice and video expressions from cellphones, then analyzed to determine how the code was mixed. In this study, two types of code mixing were found, namely the inward mixing type and the outward code mixing type. The results of this study, the dominant code mixing type was the outgoing code mixing type as much as 86 data or 97%, while the inward code mixing type amounted to 2 data or 3%.

Keywords: *code mix, vlog, Atta Halilintar.*

A. PENDAHULUAN

Masa sekarang, sebagian besar masyarakat di Indonesia memiliki kemampuan berbahasa asing. Bahasa menjadi hal terpenting dalam melakukan komunikasi, dalam penyampaian kepada orang lain tentang ide atau gagasan oleh seseorang. Berbahasa tidak pernah tertinggal dalam aktivitas manusia sehari-hari dalam bentuk apapun, karena bahasa

berperan penting dalam kehidupan manusia.

Masyarakat Indonesia mengenal tiga macam bahasa, yakni bahasa nasional, yaitu bahasa Indonesia, bahasa daerah (bahasa Jawa, bahasa Sunda dan sebagainya), dan bahasa asing (bahasa negara lain seperti bahasa Melayu, bahasa Inggris, bahasa Arab dan sebagainya). Keberagaman bahasa di Indonesia terjadi karena Indonesia terdiri dari berbagai macam suku dan daerah dengan bahasa masing-masing. Hal itu yang menyebabkan adanya kebiasaan menggunakan dua bahasa sekaligus ketika masyarakat Indonesia berkomunikasi, entah bahasa Indonesia disisipkan bahasa daerah ataupun bahasa asing.

Selain memudahkan manusia dengan teknologi yang semakin canggih, perubahan zaman yang kian berkembang memudahkan manusia untuk mengetahui bahasa asing dan dapat pula meniru serta menerapkan dalam komunikasi pada kehidupan sehari-hari, hal itu yang menyebabkan peristiwa campur kode dapat ditemukan dimanapun. Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu berinteraksi dengan sesamanya. Situasi kebahasaan adalah faktor sosial dimana bahasa ditempatkan sebagai kode, tingkah laku budaya, lambang dalam masyarakat. Pada umumnya, masyarakat Indonesia adalah masyarakat bilingual atau menggunakan dua bahasa dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat Indonesia minimal menguasai dua bahasa yang digunakan dalam interaksi sosial sehari-hari. Hal tersebutlah yang mengakibatkan adanya pengaruh antar bahasa yang menyebabkan adanya kontak bahasa.

Bermula dari masyarakat Indonesia yang menggunakan dua bahasa yaitu bahasa nasional (bahasa Indonesia) dan bahasa daerah, namun seiring berjalannya waktu dan adanya dukungan perkembangan teknologi, masyarakat Indonesia mulai mengenal dan menggunakan bahasa asing, seperti penggunaan bahasa Inggris pada golongan tertentu dikarenakan tuntutan pendidikan ataupun pekerjaan. Masa sekarang, tidak rugi apabila masyarakat Indonesia memiliki kemampuan berbahasa lebih dari dua bahasa (bahasa nasional dan bahasa daerah) yang sering disebut dengan kemampuan multilingual, misalnya penggunaan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Inggris. Era milenial seperti sekarang ini, menguasai bahasa asing seakan-akan adalah tuntutan bagi masyarakat, terutama untuk menguasai bahasa internasional yaitu bahasa Inggris. Namun, penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar tetap harus diperhatikan oleh masyarakat pada situasi dan kondisi tertentu. Misalnya sedang menghadiri acara formal, penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar tanpa menghilangkan kaidah bahasa Indonesia sangat

diperlukan. Hal itu diperlukan supaya kosakata dan kaidah berbahasa Indonesia tetap ada dan tidak tergantikan oleh bahasa asing karena seringnya penggunaan kosakata bahasa asing.

Campur kode atau *code mixing* adalah salah satu kajian konsentrasi dalam sosiolinguistik. *Code mixing* adalah penggunaan kosakata dari dua atau lebih unsur bahasa oleh satu masyarakat tutur. Fenomena campur kode dapat dilihat langsung dalam bahasa lisan seseorang pada saat berkomunikasi dengan lawan bicaranya, baik di tempat umum, instansi tertentu, dan dimanapun. Fenomena *code mixing* dapat ditemukan di berbagai media, seperti bahasa tulis pada media cetak ataupun media elektronik. Pada kesempatan kali ini penulis mengamati fenomena campur kode dalam konten video Atta Halilintar. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bentuk *code mixing* pada konten video Atta Halilintar.

B. KAJIAN TEORI

Bahasa adalah alat komunikasi yang digunakan oleh manusia untuk berinteraksi satu sama lain. Berdasarkan pernyataan Soetjiningsih (2012, hlm.168) bahasa merupakan cakupan sarana komunikasi dengan menyimbolkan gagasan atau isi pikiran dengan perasaan untuk menyampaikan arti atau makna tersirat kepada orang lain. Pada umumnya, di Indonesia penggunaan bahasa oleh masyarakat terdiri dari tiga bahasa, yaitu bahasa nasional atau bahasa Indonesia sebagai bahasa utama, bahasa khas daerah masing-masing, serta bahasa asing. Bahasa yang beragam di Indonesia menjadikan masyarakat dapat menguasai bahasa yang beragam, maka dari itu, masyarakat Indonesia memiliki kemampuan bilingual atau dwibahasa bahkan multilingual.

Code mixing bukan hanya ditemukan pada dunia nyata, namun dapat pula ditemukan pada dunia maya seperti media sosial. Media sosial memudahkan manusia untuk berinteraksi dengan siapaun dimanapun dan kapanpun. *Code mixing* atau campur kode adalah penggunaan dua atau lebih bahasa. Terjadinya campur kode apabila penggunaan suatu bahasa lebih dominan yang disisipi dengan unsur bahasa lain. Biasanya hal ini ada hubungannya dengan karakter dan latar belakang sosial pembicara tersebut. Ciri penggunaan campur kode yang menonjol biasanya pada suasana santai dan nonformal. Namun, hal ini dapat terjadi pula karena adanya keterbatasan dalam ungkapan pada bahasa yang digunakan tidak ada padanannya, sehingga terpaksa harus menggunakan bahasa lain untuk mendukung satu fungsi bahasa.

Berdasarkan pernyataan Kahcru (Rokhman, 2013, hlm.38), campur kode adalah menggunakan dua atau lebih unsur bahasa dengan cara mencampurkan unsur antar bahasa secara konsisten. *Code mixing* merupakan satu-kesatuan suatu bahasa ke satu arah (konvergensi kebahasaan). Campur kode dengan interfensi adalah hal yang serupa, interfensi adalah terjadinya penyimpangan dari satu bahasa ke bahasa lainnya. Terjadinya *code mixing* atau kode campur, pembicara menyisipkan unsur bahasa lain saat menggunakan bahasa tertentu kepada lawan bicara. Unsur bahasa tersebut tidak hanya berupa kata-kata, namun dapat pula berupa frasa atau kelompok kata.

Campur kode terjadi karena adanya latar belakang yang terdiri dari dua golongan, yaitu: latar belakang sikap pembicara dan latar belakang keterbatasan bahasa, sehingga terdapat alasan identifikasi peranan, identifikasi ragam, dan keinginan untuk menjelaskan. Wujud dari *code mixing* atau campur kode sebagai berikut, menyisipkan kata, penyisipan frasa, menyisipkan klausa, menyisipkan ungkapan, dan menyisipkan bentuk baster. Tidak berbeda dengan alih kode, masyarakat tutur dengan kemampuan bilingual bahkan multilingual yang menyebabkan terjadinya campur kode. Namun, ada perbedaan antara campur kode dengan alih kode, campur kode memiliki maksud yang jelas tanpa disadari digunakan oleh pembicara, atau bisa juga disebut sebagai reflek pembicara menggunakan pengetahuan bahasa asing yang dimiliki. Berdasarkan pernyataan Wijana (2012), campur kode terjadi karena adanya dua bagian sebab, yang pertama adalah sikap atau attitudinal tipe yaitu latar belakang sikap pembicara, yang kedua adalah kebahasaan atau linguistik tipe yaitu latar belakang keterbatasan bahasa, sehingga ada alasan identifikasi peranan, ragam, dan keinginan untuk menjelaskan atau menafsirkan tuturan. Maka demikian, campur kode dapat terjadi karena adanya hubungan timbal balik antara peranan penutur dan lawan tutur, bentuk dan fungsi bahasa.

Menurut Nababan (dalam Suandi, 2014) tuntutan situasi bukan penyebab terjadinya campur kode, namun karena kebiasaan. Campur kode terjadi karena latar belakang sosial, ciri terjadinya campur kode biasanya ketika situasi non formal. Dapat disimpulkan bahwa campur kode terjadi bukan karena tuntutan situasi atau konteks pembicaraan, namun adanya saling ketergantungan antar bahasa yang mengutamakan peran dan fungsi bahasa yang terjadi pada situasi dan kondisi non-formal.

Menurut Redlinger dan Park (dalam Padmadewi dkk, 2014), menyatakan bahwa campur kode dapat terjadi karena adanya alasan tertentu, antara lain:

1. Anak hanya menguasai dengan baik satu bahasa dan belum menguasai bahasa lain, hal itu mengakibatkan anak melakukan campur kode antara bahasa yang dikuasai dengan bahasa yang belum dikuasai dengan baik.
2. Campur kode terjadi apabila istilah yang dibutuhkan belum ada pada bahasa yang digunakan, sehingga menggunakan istilah dari bahasa lain.
3. Apabila penggunaan kata lebih kompleks dari pada kata pada bahasa lain, anak menggunakan istilah pada bahasa lain yang lebih mudah.
4. Apabila input yang diterima anak menggunakan bahasa campur, maka anak akan menjawab sebagaimana input yang diterima.

Pendapat lain menurut Jendra (dalam Padmadewi, dkk. 2014), campur kode terdiri dari tiga macam yaitu, (1) campur kode ke dalam (inner code mixing) adalah penyerapan unsur bahasa asli yang masih sekeluarga, seperti campur kode bahasa Indonesia terdapat unsur bahasa Jawa didalamnya, (2) campur kode ke luar (outer code mixing) yaitu penyerapan bahasa asing, seperti penggunaan bahasa Indonesia yang dicampur dengan bahasa Inggris, dan (3) campur kode campuran (hybrid code mixing) adalah penyerapan unsur bahasa asli dan asing.

Adapun pendapat Nababan (dalam Suandi, 2014) campur kode digolongkan menjadi dua, yaitu (1) Campur Kode Ke Luar (Outer Code-Mixing), campur kode yang menyampurkan bahasa asli dengan bahasa asing, contoh bahasa Indonesia dicampur dengan bahasa Belanda, (2) Campur Kode Ke Dalam (Inner Code-Mixing), campur kode pencampuran bahasa asli Indonesia dengan variasi bahasa daerah, seperti pencampuran bahasa Indonesia dan Jawa (dialek lokal).

Komunikasi adalah proses berinteraksi dalam kehidupan manusia, komunikasi dapat dilakukan menggunakan media yang disebut komunikasi massa. Adanya komunikasi massa berdasarkan teknologi, pola penyebaran, dan cara mengakses. Seiring perkembangan zaman, media pun berkembang, hal itulah yang mengakibatkan adanya media lama (old media) dan media baru (new media). Jadi, media lama telah tergeser oleh media yang menggunakan internet yang dapat diakses kapanpun dimanapun dan sumber yang beragam.

Menurut David, dkk (2017) *vlog* adalah blog dalam bentuk video, *vlog* adalah video tentang opini, jurnal harian yang biasa dimuat dalam blog. Awalnya, *vlog* adalah sarana untuk berekspresi dan menyampaikan pendapat kepada publik. Pada akhirnya, *vlog* berisi tentang ekspresi diri secara bebas sehingga tidak sedikit *vlogger* yang berbahasa asing pada

videonya. Banyaknya vlog yang diunggah pada sosial media menjadi hiburan rutin bagi berbagai kalangan. Vlog adalah konten yang dikategorikan pemberi informasi baik secara umum maupun khusus (pribadi), karena banyak vlog yang berisi tentang informasi pribadi seperti vlog tentang: (1) Kegiatan harian; (2) Opini; (3) Curahan hati vlogger.

C. METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang memperhatikan data, menekankan aspek pemahaman mendalam pada masalah tertentu. Metode kualitatif menghasilkan data tertulis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis campur kode pada vlog youtuber nomer satu di Asia yaitu Atta Halilintar. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah tiga video dari channel youtube Atta Halilintar tahun 2020. Peneliti mengambil tiga sampel video untuk dianalisis, antara lain berjudul 1) Atta Jemput Fateh Sekolah Pertama Kali Pake Mobil i8. RUSUH! 2) Atta Aurel Dipaksa Nikah Keluarga, 3).Penghasilan Youtube Atta untuk Mereka Semua! Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tutur kata yang termasuk *code mixing* dalam vlog Atta Halilintar pada ketiga judul di atas.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penuturan pada video vlog Atta Halilintar terdapat tuturan campur kode. Bentuk campur kode pada video vlog Atta Halilintar berupa kata, klausa, pengulangan kata (reduplikasi) dan kalimat pada bahasa Inggris, bahasa Indonesia, dan bahasa Minang. Campur kode yang sering ditemukan adalah penyisipan unsur kata dan kalusa dalam bahasa Inggris dengan bahasa Indonesia. Atta Halilintar selaku subjek dalam penelitian merupakan seseorang yang memiliki kemampuan bilingual yang terkenal di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya terkenal pada kalangan pemuda, sehingga dapat terjadi peristiwa bentuk campur kode antara berbahasa Indonesia, berbahasa Inggris, maupun bahasa daerah.

Penulis dapat mengumpulkan 88 data pada penelitian ini. Data yang dikumpulkan berupa penggunaan kalimat yang mengandung jenis dan bentuk campur kode yang sesuai dengan penelitian. Dari data yang terkumpul, ditemukan dua jenis campur kode, yakni campur kode ke dalam dan campur kode ke luar.

1. Campur Kode ke Dalam

Campur kode ke dalam ialah campur kode yang menyerap unsur bahasa daerah yang masih sekerabat. Pada penelitian ini campur kode ke dalam berupa penurunan menggunakan bahasa Indonesia yang dicampur dengan unsur bahasa Minang. Berikut tabel 1 hasil analisis campur kode ke dalam.

Tabel 1
Campur Kode ke Dalam Bahasa Minang

Judul Video : “Atta Aurel Dipaksa Nikah Keluarga”			
No.	Durasi ke-	Data	Makna Bahasa Indonesia
1.	3.17	“Bapak <i>ambo</i> , ini anak <i>ambo!</i> .”	<i>ambo</i> ‘saya’
2.	3.31	“Ini bapak <i>ambo</i> bukan orang Padang.”	<i>ambo</i> ‘saya’

Berdasarkan tabel 1, fakta kebahasaan mengenai campur kode ke dalam dalam konten video Atta Halilintar berjumlah dua data. Terdiri dari penggunaan struktur bahasa Indonesia dengan menyerap unsur bahasa Minang berjumlah 1 data, yaitu (1) *ambo* “saya”. Penggunaan kata tersebut menjelaskan bahwa Atta memperkenalkan seseorang yang berperan sebagai bapaknya di film terbarunya. Dan seseorang tersebut juga memperkenalkan bahwa Atta merupakan anak yang pintar dan berbakat.

2. Campur Kode ke Luar

Campur kode ke luar adalah macam campur kode yang menggunakan unsur bahasa asing. Pada penelitian ini, campur kode ke luar adalah pemakaian bahasa Indonesia dengan campuran bahasa Inggris. Untuk lebih jelas berikut analisisnya pada tabel 2, 3, dan 4.

Tabel 2
Campur Kode ke Luar Bahasa Inggris

Judul Video : “Atta Jemput Fateh Sekolah Pertama Kali Pake Mobil i8. RUSUH!”			
No.	Durasi ke-	Data	Makna Bahasa Indonesia
1.	0.09	“Subscribe dulu ya guys.”	<i>subscribe</i> ‘langganan’

2.	0.17	“Dia marah guys.”	<i>guys</i> ‘kalian’
3.	0.22	“Subscribe itu gratis.”	<i>subscribe</i> ‘langganan’
4.	0.23	“untuk upload setiap hari.”	<i>upload</i> ‘unggah’
5.	0.31	“Enjoyyy...”	<i>enjoy</i> ‘santai’
6.	0.55	“Whatsapp guys.”	<i>whatsapp guys</i> ‘apa kabar kalian(menyapa)’
7.	0.57	“Bye bye.”	<i>bye-bye</i> ‘selamat tinggal’
8.	0.58	“Selamat datang lagi di channel Atta Halilintar.”	<i>channel</i> ‘saluran’
9.	1.16	“Temen-temen pada nge-request aku jemput adek.”	<i>request</i> ‘permintaan’
10.	1.27	“Sebagai abang kita harus support ya guys.”	<i>support</i> ‘mendukung’ dan <i>guys</i> ‘kalian’
11.	2.20	“Sekolah Islamic dimana sih?”	<i>Islamic</i> ‘islam’
12.	3.10	“Hello...”	<i>hello</i> ‘sapaan’
13.	4.31	“ngambek guys.”	<i>guys</i> ‘kalian’
14.	9.36	“Gue abis dipalakin sama anak-anak guys.”	<i>guys</i> ‘kalian’
15.	9.39	“Gokil guys, gue jajan guys.”	<i>guys</i> ‘kalian’
16.	10.19	“ni coach-nya nih”	<i>coach</i> ‘pelatih’
17.	10.48	“Goall!!!”	<i>goal</i> ‘tepat sasaran’
18.	11.36	“Thank you semua, makasih.”	<i>thank you</i> ‘terima kasih’
19.	11.50	“Sekarang ibu-ibu guys.”	<i>guys</i> ‘kalian’
20.	12.07	“Aku harus ready sepatu futsal, bola futsal guys.”	<i>ready</i> ‘mulai’ dan <i>guys</i> ‘kalian’
21.	12.09	“Di kota manapun aku harus ready.”	<i>ready</i> ‘mulai’
22.	13.06	“eh...love ye.”	<i>love</i> ‘suka’

23.	13.10	“Thank you semuanya..makasih banyak.”	<i>thank you</i> ‘terima kasih’
24.	13.19	“Love you guys.”	<i>love you</i> ‘cinta kamu’ dan <i>guys</i> ‘kalian’
25.	13.24	“Aku disuruh pegang kamera guys.”	<i>guys</i> ‘kalian’
26.	14.09	“Oke guys. Thank you udah nonton videoku kali ini.”	<i>guys</i> ‘kalian’ dan <i>thank you</i> ‘terima kasih’

Berdasarkan tabel di atas, fakta kebahasaan mengenai campur kode ke luar pada video pertama dengan judul “Atta Jemput Fateh Sekolah Pertama Kali Pake Mobil i8. RUSUH!” berjumlah 26 data, terdiri dari campur kode berbahasa Inggris berupa kata, frasa, dan klausa bahasa Inggris yang terdapat di dalamnya. Penggunaan kata, frasa, dan klausa tersebut menjelaskan bahwa Atta menyempatkan bermain futsal dengan adik dan teman-teman adiknya. Lalu, akhirnya pun bola masuk tepat pada sasaran dan dia senang dan berterimakasih kepada orang-orang sekitar yang mendukungnya. Atta pun berterimakasih kepada penggemar dan orang-orang yang telah mendukung dan menonton videonya ini.

Tabel 3
Campur Kode ke Luar Bahasa Inggris

<i>Judul Video : “Atta Aurel Dipaksa Nikah Keluarga”</i>			
No.	Durasi ke-	Data	Makna Bahasa Indonesia
1.	0.48	“Jangan lupa guys, subscribe! Gak ada ruginya kami klik tombol subscribe.”	<i>guys</i> ‘kalian’ dan <i>subscribe</i> ‘langganan’
2.	0.54	“Persiapan <i>film</i> Ashiap <i>Man</i> .”	<i>film</i> ‘media komunikasi berbasis video’ dan <i>man</i> ‘lelaki’
3.	1.47	“Karena saya tau nanti syutingnya sangat berat, dengan kita lihat <i>timeline</i> -nya yang padat.”	<i>timeline</i> ‘garis waktu’
4.	3.05	“Papa saya guys di <i>film</i> .”	<i>guys</i> ‘kalian’ dan <i>film</i> ‘media komunikasi berbasis video’
5.	3.13	“Ini anak yang ganteng, berbakat, <i>smart</i> , dan baik hati.”	<i>smart</i> ‘pintar’

6.	4.30	“Ini siapa? Princess?.”	<i>princess</i> ‘tuan putri’
7.	4.44	“Jadi ini ada 55 scene guys.”	<i>scene</i> ‘tempat kejadian’
8.	5.00	“Namanya, ehm oke slowmo.”	<i>slowmo</i> ‘gerak lambat’
9.	5.03	“Oh my God, belum teh.”	<i>oh my God</i> ‘Tuhanku’
10.	6.24	“Merah pipinya! itu blush on.”	<i>blush on</i> ‘pemerah pipi’
11.	8.10	“Guys, aku gak mood makan.”	<i>guys</i> ‘kalian’ dan <i>mood</i> ‘suasana hati’
12.	9.47	“Thank you ya, nanti itu ada preman juga.”	<i>thankyou</i> ‘terima kasih’

Berdasarkan tabel di atas, fakta kebahasaan mengenai campur kode ke luar pada video pertama yang berjudul “Atta Aurel Dipaksa Nikah Keluarga” berjumlah 12 data, terdiri dari campur kode berbahasa Inggris berupa kata, frasa, dan klausa bahasa Inggris yang terdapat di dalamnya. Penggunaan kata, frasa, dan klausa tersebut menjelaskan bahwa Atta membicarakan lawan mainnya yaitu Aurel yang disebut sebagai tuan putri dan ia menjelaskan bahwa di filmnya terdapat 55 tempat kejadian. Atta juga berusaha menjahili Aurel sehingga pipi Aurel memerah dan memberi tau bahwa ia tidak selera makan. Lalu, ia mengucapkan terima kasih kepada penontonnya.

Tabel 4
Campur Kode ke Luar Bahasa Inggris

<i>Judul Video : “Penghasilan Youtube Atta untuk Mereka Semua!”</i>			
No.	Durasi ke-	Data	Makna Bahasa Indonesia
1.	0.07	“Whatsapp Ateam, apa kabar guys?.”	<i>guys</i> ‘kalian’ dan <i>subscribe</i> ‘langganan’
2.	0.12	“Hari ini aku, akan di videocall.”	<i>film</i> ‘media komunikasi berbasis video’ dan <i>man</i> ‘lelaki’
3.	0.18	“Pengen buat campaign-campaign diluar sana.”	<i>timeline</i> ‘garis waktu’
4.	0.48	“Nah, hari ini aku akan di videocall.”	<i>guys</i> ‘kalian’ dan <i>film</i> ‘media komunikasi berbasis video’

5.	0.54	“Aku pengen, videocall nih.”	<i>smart</i> ‘pintar’
6.	0.56	“Temen-temen youtube ku juga dapat melihat.”	<i>princess</i> ‘tuan putri’
7.	1.06	“Ayo, ini kita tunggu videocall pertama. (Acara Hitam Putih)”	<i>scene</i> ‘tempat kejadian’
8.	1.29	“(Dedi Combuzer) Artinya lo nggak bikin vlog-vlog di luar lagi dong?.”	<i>slowmo</i> ‘gerak lambat’
9.	1.41	“(Dedi Combuzer) Sejak kapan itu Ta? karena gua lihat kemarin kok vlog lu masih di luar?.”	<i>oh my God</i> ‘Tuhanku’
10.	1.48	“Nah, gua kan juga lagi buat film.”	<i>blush on</i> ‘pemerah pipi’
11.	1.51	“Jadi waktu di film itu.”	<i>guys</i> ‘kalian’ dan <i>mood</i> ‘suasana hati’
12.	1.59	“(Dedi Combuzer) karena lo buat vlog di luar itu.”	<i>thankyou</i> ‘terima kasih’
13.	2.02	“(Dedi Combuzer) Berarti stop ya itu?.”	<i>stop</i> ‘berhenti’
14.	2.04	“Latepost, latepost.”	<i>latepost-latepost</i> ‘terlambat menampilkan’
15.	2.20	“(Dedi Combuzer) Penghasilan youtube yang mana nih bro?.”	<i>youtube</i> ‘situs web video’
16.	2.23	“(Dedi Combuzer) dari exsence atau yang lain?.”	<i>exsence</i> ‘kehadiran’
17.	2.27	“Yang diberitakan baik dan bagus kan exsence.”	<i>exsence</i> ‘kehadiran’
18.	4.37	“Jadi aku menyumbangkan exsenceku untuk berjuang di luar sana.”	<i>exsence</i> ‘kehadiran’
19.	4.43	“(Fanny) Jadi, di rumah buat konten youtube apa aja Ta?”	<i>youtube</i> ‘situs web video’
20.	4.48	“Pokoknya quality time.”	<i>quality time</i> ‘waktu berkualitas’
21.	5.03	“Jadi ini, jadi moment juga lah.”	<i>moment</i> ‘saat’
22.	5.04	“(Dedi Combuzer) Ok, I think thats good.”	<i>Ok, I think thats good.</i> ‘saya pikir itu bagus’
23.	5.07	“(Dedi Combuzer) Anyway kita tau..”	<i>Anyway</i> ‘bagaimanapun’

24.	5.14	“(Dedi Combuzer) bisa menginspirasi, subscriber lo banyak, followers lo banyak.”	<i>inspiration</i> ‘inspirasi’, <i>subscriber</i> ‘pelanggan’, dan <i>followers</i> ‘pengikut’
25.	5.32	“(Dedi Combuzer) Gua minta lo menginspirasi orang-orang di hitam putih agar di rumah saja.”	<i>inspiration</i> ‘inspirasi’
26.	5.46	“Kita menjadi super hero untuk dunia.”	<i>super hero</i> ‘jagoan’
27.	5.51	“Jadilah super hero untuk kita semua.”	<i>super hero</i> ‘jagoan’
28.	5.59	“(Dedi Combuzer) Stay healthy, sehat terus.”	<i>stay healthy</i> ‘tetap sehat’
29.	6.01	“(Dedi Combuzer) Bro, thank you.”	<i>Bro, thank you</i> ‘(sapaan) terima kasih’
30.	6.05	“Oke guys, satu video sudah selesai.”	<i>guys</i> ‘kalian’
31.	6.42	“Kalo live nya kakak Najwa.”	<i>live</i> ‘siaran langsung’
32.	7.07	“Untuk super hero kita, untuk pahlawan kita.”	<i>super hero</i> ‘jagoan’
33.	7.14	“Melawan corona virus di negara kita tercinta.”	<i>corona virus</i> ‘virus korona’
34.	7.26	“Oke guys.”	<i>Oke guys</i> ‘baiklah kalian’
35.	7.50	“Klik link di bawah ini.”	<i>link</i> ‘tautan’
36.	8.13	“Stay dirumah aja.”	<i>stay</i> ‘tetap’
37.	8.16	“Ini perlu diulang campaign ini.”	<i>campaign</i> ‘kampanye’
38.	8.18	“Stay-stay di rumah aja.”	<i>stay-stay</i> ‘tetap’
39.	8.23	“Please-please bantu dunia ini.”	<i>please-please</i> ‘permohonan’
40.	8.46	“Jika kita tidak care dengan apa yang terjadi sekarang.”	<i>care</i> ‘peduli’
41.	8.50	“Ini akan ber-impact sangat buruk dan fatal.”	<i>impact</i> ‘dampak’
42.	8.54	“Iya aku sebagai salah satu influencer.”	<i>influencer</i> ‘pengaruh’
43.	8.58	“Aktivis maupun creativepreneur.”	<i>creativepreneur</i> ‘seseorang pembisnis’

44.	9.01	“Dengan campaign yang aku bikin.”	<i>campaign</i> ‘kampanye’
45.	9.06	“Thank you buat semua pata subscriber ku.”	<i>subscriber</i> ‘pelanggan’
46.	9.15	“Im Atta Halilintar.”	<i>Im</i> ‘saya’
47.	9.17	“Sampai jumpa di video selanjutnya, peace!”	<i>peace</i> ‘damai’
48.	9.18	“God Bless you.”	<i>God Bless you</i> ‘Tuhan memberkatimu’

Berdasarkan tabel di atas, fakta kebahasaan mengenai campur kode ke luar pada video pertama berjudul “Penghasilan Youtube Atta untuk Mereka Semua!” berjumlah 48 data, terdiri dari campur kode berbahasa Inggris berupa kata, frasa, dan klausa bahasa Inggris yang terdapat di dalamnya. Dalam video ini, penggunaan kata, frasa, dan klausa tersebut menjelaskan bahwa Atta yang bekerja sebagai seseorang yang kreatif dan pembisnis, ia membuat kampanye ataupun bantuan nyata terhadap situasi covid-19. Akhir kata, Atta juga berterima kasih kepada penontonnya dan menyampaikan agar tetap menonton video-video selanjutnya. Dan ia menyampaikan agar tetap damai dan semuanya dalam lindungan Tuhan.

Berdasarkan pembahasan, campur kode yang paling banyak ditemukan dalam konten video milik Atta Halilintar yang berjudul “Penghasilan Youtube Atta untuk Mereka Semua!” adalah campur kode ke luar yaitu campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Dalam video tersebut, campur kode keluar terjadi karena adanya faktor keterbatasan bahasa. Faktor keterbatasan bahasa terjadi karena pembicara memiliki perbendaharaan kosakata bahasa Indonesia yang terbatas, sehingga penutur yaitu Atta Halilintar lebih dominan menggunakan istilah dalam bahasa Inggris untuk menggantikan kosakata dalam bahasa Indonesia.

Campur kode dalam video Atta Halilintar memiliki fungsi antara lain: (1) menunjukkan intelektual; (2) hormat pada lawan bicara; (3) penegasan suatu pendapat; (4) pembangkitan selera humor. Dalam video Atta Halilintar terdapat penggunaan bahasa Inggris pada tuturannya untuk menunjukkan kemampuan dalam berbahasa. Selain hal tersebut, adapula tuturan dengan dukungan ilustrasi dan ekspresi lucu sehingga mampu membangkitkan humor penonton. Campur kode pada video Atta Halilintar berfungsi dalam penegasan pendapat. Berikut ini merupakan contoh tuturan dengan fungsi penegasan pendapat:

8.46 : “Jika kita tidak *care* dengan apa yang terjadi sekarang.”

8.50 : “Ini akan ber-*impect* sangat buruk dan fatal.”

Dalam tuturan Atta Halilintar bercampur kode pada kata *care* dan *impect*. Kata *care* dan *impect* tersebut diucapkan dengan lantang untuk mengarahkan seluruh masyarakat agar peduli dengan kesehatannya dan juga mengikuti arahan ataupun aturan dari pihak terkait.

E. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian terhadap tiga video milik Atta Halilintar tersebut, antara lain judul dari ketiga video itu 1) Atta Jemput Fateh Sekolah Pertama Kali Pake Mobil i8. RUSUH! 2) Atta Aurel Dipaksa Nikah Keluarga, 3) Penghasilan Youtube Atta untuk Mereka Semua!. Terdapat turunan bercampur kode. Adapun bentuk campur kode yang ditemukan berupa kata, frasa, klausa, pengulangan kata (reduplikasi) dan kalimat dalam bahasa Inggris, bahasa Indonesia dan bahasa Minang. Bentuk campur kode penyisipan unsur kata dan klausa yang ditemukan lebih dominan berbahasa Inggris dan bahasa Indonesia dibandingkan bahasa Minang.

Bedasarkan hasil pembahasan, jenis campur kode pada penelitian ini dominan adalah jenis campur kode ke luar terdiri dari sebanyak 86 data atau 97%, sedangkan banyaknya jenis campur kode ke dalam sebanyak 2 data atau 3%. Fenomena yang paling banyak ditemukan yaitu dalam konten video milik Atta Halilintar yang berjudul “Penghasilan Youtube Atta untuk Mereka Semua!” dalam campur kode keluar, yakni campur kode bahasa Inggris.

F. SARAN

Penulis berharap agar penelitian ini selain dapat dijadikan informasi tambahan untuk memperbaiki penggunaan bahasa, juga dapat menjadi referensi bagi penulis lain, yang ingin mengkaji fenomena kebahasaan sociolinguistik khususnya penelitian tentang campur kode. Dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca kelak.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Laiman, dkk., 2018, “Campur Kode dan Alih Kode Dalam Percakapan di Lingkup Perpustakaan”,
Jurnal: Universitas Bengkulu, 2
(1), <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/korpus/article/download/5556/2729>

- ER. David, dkk., 2017, “Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi”, Jurnal: Acta Diurna, volume (5).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15479>
- I, Johannes., 2019, “Bentuk, Jenis, dan Faktor Penyebab Campur Kode Iklan Komersial Produk Makanan dan Minuman Pada Stasiun Televisi MNCTV Periode Januari-Maret 2018”, Skripsi: Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- N, Sa’ida., 2018, “Bahasa Adalah Salah Satu Sistem Kognitif Anak”. Jurnal: Universitas Muhammadiyah Surabaya, <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Pedagogi/article/download/1937/1494>
- R. Hapsari, 2018, “Campur Kode dan Alih Kode dalam Video Youtube Bayu Skak”, Jurnal: BAPALA, 5 (2), <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/24680>
- Rini, Mira Ayu Setya., 2016, “Alih Kode dan Campur Kode dalam Ceramah Agama K.H. Anwar Zahid”, Skripsi tidak diterbitkan, Surabaya: Unesa.
- Rokhman, Fathur., 2013, Sosiolinguistik Suatu Pendekatan Pembelajaran Bahasa dalam Masyarakat Multikultural, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suandi, I. N., 2014, Sosiolinguistik. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soetjiningsih, 2012, Perkembangan Anak dan Permasalahannya dalam Buku Ajar I Ilmu Perkembangan Anak Dan Remaja, Jakarta :Sagungseto .
- Padmadewi, Ni Nyoman, dkk., 2014, Sosiolinguistik. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wijana, I Dewa Putu, dan M. Rohmadi., 2012, Sosiolinguistik. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.