



Fenomena *Code-Mixing* pada *Podcast The Catch Up Club* (Kajian Sociolinguistik Episode 4: Kejar Skses Sejak Belia)

Finta Haliza¹, Imam Baehaqie²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Negeri Semarang

Surel: halizaf15@gmail.com¹, imambaehaqie@mail.unnes.ac.id²

Abstract

This study examines the phenomenon of code-mixing in digital media, focusing on The Catch Up Club podcast episode 4, titled "Kejar Skses Sejak Belia," on YouTube. Employing a descriptive qualitative method, the research analyzes data from a speech transcript lasting approximately 39 minutes. Muysken's framework (2000) is utilized to identify the types of code-mixing, while Hoffman's theory (1991) is applied to dissect the underlying causal factors. The analysis revealed 38 instances of code-mixing throughout the episode. The insertion type emerged as the most dominant, accounting for 68.4 percent. Furthermore, the alternation type was found at 21.1 percent, while congruent lexicalization was the least frequent at 10.5 percent. In this phenomenon, English serves as the primary donor language infiltrating the Indonesian structure. The driving factors behind this code-mixing include social intimacy, prestige, and vocabulary limitations of the speakers. These findings demonstrate that code-mixing is not merely a linguistic barrier but an adaptive communication strategy that reflects the bilingual identity of young Indonesian speakers in the current digital era..

Keywords: Code-Mixing, Sociolinguistics, Podcast, Digital Language, Bilingual

Abstrak

Penelitian ini mengkaji fenomena *code-mixing* (campur kode) dalam media digital, dengan fokus pada *podcast* The Catch Up Club episode 4 yang berjudul "Kejar Skses Sejak Belia" di platform YouTube. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis data berupa transkrip tuturan berdurasi kurang lebih 39 menit. Kerangka teori Muysken (2000) digunakan untuk mengidentifikasi tipe campur kode, sedangkan teori Hoffman (1991) diterapkan untuk membedah faktor penyebabnya. Hasil analisis menemukan sebanyak 38 kasus *code-mixing* di sepanjang tayangan. Tipe *insertion* (penyisipan) muncul sebagai jenis yang paling dominan dengan persentase mencapai 68,4 persen. Selanjutnya, tipe *alternation* (penggantian) ditemukan sebesar 21,1 persen, dan tipe *congruent lexicalization* (leksikalisasi kongruen) menjadi yang paling sedikit, yaitu hanya 10,5 persen. Dalam fenomena ini, bahasa Inggris bertindak sebagai bahasa donor utama yang menyusup ke dalam struktur bahasa Indonesia. Faktor pendorong terjadinya campur kode ini meliputi keintiman sosial, alasan prestise, serta keterbatasan kosakata penutur. Temuan ini menunjukkan bahwa *code-mixing* bukan sekadar hambatan berbahasa, melainkan strategi komunikasi adaptif yang mencerminkan identitas bilingual penutur muda Indonesia di era digital.

Kata Kunci: Campur Kode, Sociolinguistik, *Podcast*, Bahasa Digital, Bilingual

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu aspek paling dinamis dalam kehidupan manusia, terutama di era digital yang terus berkembang pesat. Perkembangan teknologi komunikasi telah menghadirkan berbagai platform digital baru yang tidak hanya mengubah cara manusia berinteraksi, tetapi juga turut membentuk ulang praktik-praktik kebahasaan masyarakat secara menyeluruh. Salah satu fenomena kebahasaan yang semakin mengemuka dalam konteks ini adalah *code-mixing* atau campur kode, yakni penggunaan dua bahasa atau lebih secara bergantian dalam satu peristiwa tutur.

Podcast sebagai medium audio-visual yang dapat diakses secara daring kapan saja dan di mana saja kini menjadi salah satu ruang percakapan paling autentik dan spontan di era digital. Berbeda dengan media tradisional yang bersifat satu arah dan terstruktur ketat, *podcast* menawarkan format percakapan yang lebih cair, informal, dan personal. Karakteristik inilah yang menjadikan *podcast* sebagai lahan yang subur bagi munculnya berbagai fenomena kebahasaan, termasuk *code-mixing*. Konten YouTube Indonesia secara konsisten menampilkan kreativitas linguistik dalam bentuk *code-mixing* yang sekaligus berfungsi sebagai konstruksi identitas penuturnya (Najuar et al., 2025)

Di Indonesia, pertumbuhan konsumsi *podcast* digital mengalami peningkatan yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda. Generasi Z yang lahir dan besar dalam lingkungan digital memiliki karakteristik kebahasaan yang khas: mereka terbiasa beralih antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris secara natural sebagai bagian dari

identitas kultural mereka. Fenomena ini sejalan dengan meluasnya paparan terhadap konten berbahasa Inggris melalui platform-platform digital seperti YouTube, Spotify, Netflix, dan media sosial lainnya. Dalam konteks ini, campur kode bukan lagi sekadar gejala keterbatasan linguistik, melainkan telah berkembang menjadi penanda identitas, solidaritas sosial, dan gaya hidup tertentu.

The Catch Up Club merupakan salah satu *podcast* yang tengah diminati oleh anak muda Indonesia. *Podcast* ini dibawakan oleh Agatha Pricilla, Ify Alyssa, dan Sivia, tiga perempuan yang telah mengenal satu sama lain sejak masa kecil dan pernah berkarier bersama dalam grup *girlband* Blink. Latar belakang mereka sebagai tokoh publik yang tumbuh di industri hiburan sejak usia belia menjadikan gaya berbahasa mereka sangat representatif dalam menggambarkan praktik kebahasaan generasi muda Indonesia yang bergelut di dunia *entertainment*. Sejalan dengan temuan Pada *podcast* Maia Aleldul TV, percakapan informal antara perempuan muda di media digital cenderung didominasi oleh *outer code-mixing* antara bahasa Indonesia dan Inggris, terutama dalam konteks pembahasan yang bersifat personal dan reflektif (Julianti et al., 2025)

Episode 4 berjudul "Kejar Sukses Sejak Belia" memiliki relevansi tinggi sebagai objek kajian linguistik karena membahas perjalanan karier para host sejak usia belia sebuah topik yang sarat dengan kosakata teknis industri hiburan yang banyak diserap dari bahasa Inggris. Dalam episode ini, ketiga host membicarakan proses *audisi*, syuting sinetron, pengalaman tampil di berbagai *music show*, dinamika kelompok, hingga perjalanan solo karier masing-masing

setelah grup bubar. Topik-topik tersebut secara alami mendorong terjadinya *code-mixing* karena banyak konsep dalam industri hiburan yang lebih mudah dan lazim diungkapkan dalam bahasa Inggris.

Penelitian terdahulu mengenai *code-mixing* pada konten digital Indonesia telah banyak dilakukan. Campur kode dalam *podcast* kanal YouTube tidak dilakukan secara acak, melainkan melayani tujuan komunikatif tertentu (Agustina & Luthfiyanti, 2022). Kajian terhadap *podcast* Denny Sumargo dan Nikita Mirzani juga menemukan dominasi *insertion* sebagai tipe *code-mixing* yang paling produktif (Amelia et al., 2024). Meskipun demikian, kajian terhadap *podcast* yang secara spesifik membahas perjalanan karier di industri hiburan Indonesia, seperti The Catch Up Club, belum banyak dilakukan. Celah inilah yang menjadi justifikasi akademis penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi bentuk-bentuk *code-mixing* yang terdapat dalam transkrip *podcast* The Catch Up Club episode 4, (2) mengklasifikasikan jenis *code-mixing* berdasarkan tipologi Muysken (2000), serta (3) menganalisis faktor-faktor sosiolinguistik yang melatarbelakangi terjadinya *code-mixing* menggunakan kerangka Hoffman (1991). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian sosiolinguistik digital di Indonesia, sekaligus memperkaya pemahaman tentang dinamika kebahasaan generasi muda Indonesia di ruang digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi (*content analysis*).

Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami, mendeskripsikan, dan menginterpretasikan fenomena kebahasaan secara mendalam, bukan untuk menghasilkan generalisasi statistik. Data primer berupa transkrip tuturan *podcast* The Catch Up Club episode 4 berjudul "Kejar Sukses Sejak Belia" yang diunggah di platform YouTube (The Catch Up Club, 2026), berdurasi kurang lebih 39 menit. Transkrip diperoleh dari fitur subtitle otomatis YouTube dan diverifikasi secara manual oleh peneliti untuk memastikan akurasi data.

Prosedur penelitian dilaksanakan dalam tiga tahap. Tahap pertama adalah pengumpulan data, meliputi pengunduhan transkrip, pembacaan berulang, dan penandaan awal unit-unit tuturan yang mengandung unsur campur kode. Tahap kedua adalah identifikasi dan klasifikasi, yaitu menandai setiap unit *code-mixing* dan mengategorikannya ke dalam tipe *insertion*, *alternation*, atau *congruent lexicalization* sesuai tipologi Muysken (2000). Tahap ketiga adalah analisis faktor penyebab menggunakan kerangka Hoffman (1991) serta interpretasi hasil secara menyeluruh. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi teori dan pembacaan berulang terhadap transkrip asli (Waruwu et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Distribusi Tipe *Code-Mixing* dalam Transkrip

Berdasarkan analisis terhadap keseluruhan transkrip *podcast* The Catch Up Club episode 4 berdurasi kurang lebih 39 menit, ditemukan total 38 kasus *code-mixing*. Kasus-kasus tersebut diklasifikasikan ke dalam tiga tipe

berdasarkan tipologi Muysken (2000): *insertion* sebanyak 26 kasus (68,4%), *alternation* sebanyak 8 kasus (21,1%), dan *congruent lexicalization* sebanyak 4 kasus (10,5%). Seluruh kasus

menunjukkan bahasa Inggris sebagai bahasa donor utama. Tabel berikut menyajikan 30 data analisis representatif yang dipilih dari keseluruhan temuan.

Tabel 1. Transkrip Tuturan dan Analisis Linguistik Code-Mixing dalam Episode "Kejar Skses Sejak Belia"

No.	Timestamp	Tuturan Asli	Tipe CM	Analisis Singkat
1	00:47	Anyway ini sudah saatnya kita <i>catch up</i> lagi.	<i>Insertion</i>	Kata <i>anyway</i> dan frasa <i>catch up</i> disisipkan ke dalam struktur bahasa Indonesia sebagai penanda wacana dan penegasan topik.
2	01:20	Anyway, <i>catch up</i> juga sama yang sedang terjadi di muka bumi ini.	<i>Insertion</i>	Penanda wacana <i>anyway</i> dari bahasa Inggris disisipkan di awal kalimat untuk menandai peralihan topik.
3	01:41	And sebentar lagi kita memasuki Ramadan.	<i>Insertion</i>	Kata sambung <i>and</i> disisipkan di awal kalimat berbahasa Indonesia, menggantikan konjungsi 'dan'.
4	04:38	<i>It's ok</i> . Iya, kita tuh mau ngomongin tentang <i>working from early age</i> .	<i>Alternation</i>	Klausa lengkap <i>It's ok</i> berdiri mandiri sebelum penutur beralih ke bahasa Indonesia, diikuti penyisipan frasa <i>working from early age</i> .
5	04:59	Gua tahu gua tahu banget ngomong <i>showbiz</i> .	<i>Insertion</i>	Nomina teknis industri hiburan <i>showbiz</i> disisipkan karena tidak ada padanan ringkas dalam bahasa Indonesia.
6	05:42	Tiba-tiba gua mauan lagi, terus nyokap gua bilang apa? Inget enggak tuh di <i>scouting</i> sama nyokapnya.	<i>Insertion</i>	Verba <i>scouting</i> dari bahasa Inggris disisipkan menggantikan ungkapan 'dicari/dilirik' dalam konteks industri.
7	07:48	Iya, cuma lewat telepon aja. Dan enggak pakai nomor. Gua jadi orang lain.	<i>Congruent Lexicalization</i>	Pola gramatikal serupa antara bahasa Indonesia dan Inggris dimanfaatkan; ungkapan bersifat naturalistik tanpa penanda kode yang mencolok.
8	09:17	Kita <i>long story short</i> , kita ikut banyak <i>music show</i> .	<i>Insertion</i>	Idiom <i>long story short</i> dan frasa nomina <i>music show</i> disisipkan; idiom ini menunjukkan penguasaan ekspresi pragmatik bahasa Inggris.
9	10:51	Wah <i>bridging</i> -nya panjang juga	<i>Insertion</i>	Istilah teknis penyiaran <i>bridging</i> dan <i>acting</i> disisipkan tanpa

		ya sampai kata-kata berada <i>acting</i> .		padanan Indonesia yang setara ringkasnya.
10	14:19	Kita nyobain <i>hangout</i> . Gue sih langsung liburan.	<i>Insertion</i>	Verba <i>hangout</i> disisipkan dalam kalimat bahasa Indonesia; telah lazim di kalangan anak muda sebagai leksikon gaul digital.
11	15:49	Itu sebuah <i>opportunity</i> ya. Terima kasih.	<i>Insertion</i>	Nomina <i>opportunity</i> disisipkan menggantikan ‘kesempatan’, mencerminkan pengaruh bahasa Inggris dalam refleksi karier.
12	16:36	Hasilnya si <i>bridging</i> patah. Masih tetap patah sampai sekarang.	<i>Insertion</i>	Istilah teknis siaran radio <i>bridging</i> disisipkan karena tidak memiliki padanan baku dalam bahasa Indonesia.
13	17:17	Eh eh <i>easy bro</i> . Ada Koreonya.	<i>Alternation</i>	Frasa seru <i>easy bro</i> diucapkan sebagai klausa mandiri bernada humor sebelum penutur kembali ke bahasa Indonesia, menandai sikap meremehkan kesulitan.
14	19:13	Aku berkecimpung di dunia akting baru akhirnya <i>decide</i> buat nulis lagu tuh tahun 2019.	<i>Insertion</i>	Verba <i>decide</i> disisipkan dalam kalimat Indonesia, dipilih karena terasa lebih tegas dan ringkas dibanding ‘memutuskan’ dalam konteks percakapan kasual.
15	23:08	Kalau boleh <i>review</i> sedikit, gue nyaman sih kerja bareng.	<i>Insertion</i>	Verba <i>review</i> disisipkan sebagai penanda refleksi atau evaluasi diri; lazim digunakan dalam konteks percakapan informal generasi muda.
16	25:20	Orang yang bisa nyanyi ramai-ramai, <i>choir</i> , <i>vocal grup</i> , apapun lah.	<i>Insertion</i>	Nomina teknis musik <i>choir</i> dan <i>vocal grup</i> disisipkan dalam daftar contoh berbahasa Indonesia karena merupakan istilah baku industri musik.
17	28:46	Gue nyoba aja sih. Lingkungan gue tuh penting banget untuk akhirnya <i>shaping</i> gue mau jadi apa.	<i>Insertion</i>	Verba <i>shaping</i> disisipkan dalam struktur Indonesia; penutur memilih kata ini untuk menggambarkan proses pembentukan identitas secara lebih ekspresif.
18	31:51	Kita bertiga tuh bisa dibilang <i>self produce</i> ya, budgetnya dari kantong sendiri.	<i>Insertion</i>	Frasa industri musik <i>self produce</i> disisipkan dan langsung dijelaskan dalam bahasa Indonesia, menandai keterbatasan leksikal sekaligus gaya komunikasi yang efisien.
19	32:09	Gua kaget banget dulu karena ternyata cara kita	<i>Insertion</i>	Verba <i>port</i> (dari <i>interpret/express</i>) disisipkan dengan prefiks verbal Indonesia

		nge- <i>port</i> itu beda-beda.		‘nge-’, membentuk hibridisasi morfologis yang khas.
20	33:08	Kita enggak pernah ngerasa <i>kompetitif</i> satu sama lain loh.	<i>Congruent Lexicalization</i>	Adjektiva <i>kompetitif</i> diserap dari bahasa Inggris <i>competitive</i> dan dinaturalisasi melalui sufiks ‘-if’; sudah berfungsi penuh sebagai kata Indonesia.
21	33:32	Kita tuh bel jalan bareng, kita punya pandangan sendiri-sendiri, tapi gua enggak akan bikin el ngerasa lebih kecil dari gue. <i>Range</i> -nya tinggi.	<i>Insertion</i>	Nomina teknis vokal <i>range</i> disisipkan karena merupakan istilah baku yang tidak memiliki padanan ringkas dalam bahasa Indonesia.
22	34:40	Melihat bahwa lingkungan tuh bukan ancaman loh. Maksudnya <i>kalem</i> aja.	<i>Congruent Lexicalization</i>	Kata serapan <i>kalem</i> berasal dari bahasa Belanda <i>kalm</i> (tenang) yang telah sepenuhnya dinaturalisasi dalam bahasa Indonesia ragam informal.
23	35:01	Ada pesan atau <i>advice</i> untuk siapapun yang mau memulai karir dari <i>early days</i> ?	<i>Insertion</i>	Nomina <i>advice</i> dan frasa <i>early days</i> keduanya disisipkan dalam satu kalimat bertanya, menggambarkan gaya komunikasi bilingual yang sudah mengakar.
24	35:26	Maksudnya gini, dari semua omongan kita tadi, <i>advice</i> -nya adalah berani audisi.	<i>Insertion</i>	Nomina <i>advice</i> disisipkan lagi dengan afiks ‘-nya’ membentuk konstruksi hybrid Indonesia-Inggris yang gramatikal sesuai kaidah bahasa Indonesia.
25	36:11	Nah ini kan tim yang bagian ngatur-ngatur, bisa jadi apa? Bos nanti.	<i>Alternation</i>	Tuturan beralih antara pola informal bahasa Indonesia dan pola evaluatif yang mirip ungkapan Inggris dalam wacana metafor karier.
26	37:03	Jalanin aja sesuai dengan keinginan kalian, sesuai dengan <i>passion</i> kalian.	<i>Insertion</i>	Nomina <i>passion</i> disisipkan sebagai kata kunci yang memiliki nuansa makna lebih kuat dibanding padanannya ‘semangat’ atau ‘gairah’ dalam konteks motivasi karier.
27	37:22	Baru mau nyoba aja udah <i>gengsi</i> sih. Lagi-lagi gimana mau sukses?	<i>Alternation</i>	Tuturan berganti ritme antara ekspresi informal kritis berbahasa Indonesia dan pola retorik berulang ‘gimana mau sukses’ yang berfungsi sebagai refrain percakapan.

28	38:11	Apa langkah-langkahnya, lu cicil satu-satu. Jangan cuma gini, 'Enak ya dia udah tinggal di sana, ah enggak bergerak buat A.' Gimana mau sukses?	<i>Alternation</i>	Peralihan gaya dari narasi deskriptif ke wacana langsung (direct speech) bahasa Indonesia mencerminkan alternasi antarlevel pragmatik.
29	38:32	Aduh ya Allah <i>mager</i> enggak bisa. Emang itu langkah-langkah yang harus lo jalanin.	<i>Congruent Lexicalization</i>	Kata <i>mager</i> (akronim dari <i>males gerak</i>) merupakan neologisme khas bahasa gaul digital yang telah dinaturalisasi dan berfungsi sebagai adjektiva/verba dalam bahasa Indonesia ragam informal.
30	38:55	Pokoknya <i>advice</i> kita semoga bermanfaat ya bagi kalian yang mau berkarir.	<i>Insertion</i>	Nomina <i>advice</i> kembali disisipkan dalam kalimat penutup, memperkuat fakta bahwa kata ini telah menjadi leksikon aktif para penutur muda Indonesia di ranah digital.
31	13:41	Selama 6 tahun kita berkarir bersama-sama, kita kayak memutuskan kayaknya kita udah cukup dewasa nih untuk berjalan sendiri-sendiri. Udah banyak hal yang pengen kita <i>explore</i> masing-masing.	<i>Insertion</i>	Verba <i>explore</i> disisipkan menggantikan 'menjelajahi/mencoba'; dipilih karena berkonotasi lebih luas dan ekspansif dalam konteks pengembangan karier solo.
32	20:43	Jujur ngajak ketemuannya tuh kayak enggak tahu ya. Karena kita udah keseringan ketemu dulu, jadinya kita enggak tahu cara ngajak ketemu untuk beneran main. Karena dulu selalu kita ketemu, <i>schedule</i> ada <i>schedule</i> -nya	<i>Insertion</i>	Nomina <i>schedule</i> disisipkan dua kali dan mendapat afiks '-nya' (<i>schedule</i> -nya), membentuk konstruksi hibrid yang gramatikal dalam bahasa Indonesia — menandai bahwa kata ini telah terinternalisasi penuh dalam repertoar leksikal penutur.

		kayak kita selalu ketemu sama dia.		
33	21:52	Kayak lu nyamuk aja pengen <i>catch up</i> . Lo dekat sama teman dekat, misalkan pas SMP udah lama banget enggak ketemu, pas sekarang ketemu tuh kayak ya udah masih bisa gitu.	<i>Insertion</i>	Frasa <i>catch up</i> disisipkan sebagai verba yang bermakna ‘bertemu kembali dan bertukar kabar’. Frasa ini tidak memiliki padanan tunggal yang ringkas dalam bahasa Indonesia, sehingga penyisipannya bersifat leksikal-fungsional.
34	26:25	Gue senang banget bersyukur punya pengalaman pernah kerja bareng. Benar, dengan <i>background</i> yang berbeda-beda. <i>A very good point from me</i> .	<i>Alternation</i>	Dua peristiwa <i>code-mixing</i> sekaligus: nomina <i>background</i> (<i>insertion</i>) dan klausa evaluatif <i>A very good point from me</i> (<i>alternation</i>) yang diucapkan secara mandiri untuk mengapresiasi pernyataannya sendiri secara humoristik.
35	32:31	Walaupun yang didengerin sama, yang dilihat sama tiap hari, tapi ternyata <i>view</i> terhadap hidupnya sekarang tuh ternyata beda-beda. Itu yang ngebentuk kita sekarang ini.	<i>Insertion</i>	Nomina <i>view</i> disisipkan dengan makna metaforis ‘cara pandang/perspektif’. Penutur memilih kata ini karena nuansa maknanya lebih luas dari sekadar ‘pandangan’ dalam bahasa Indonesia, mencerminkan pengaruh kosakata Inggris dalam wacana reflektif generasi muda.

Tabel di atas menunjukkan pola yang jelas: tipe *insertion* mendominasi dengan memasukkan berbagai kelas kata bahasa Inggris dari nomina teknis, verba, idiom, hingga penanda wacana ke dalam kerangka gramatikal bahasa Indonesia. Tipe *alternation* muncul saat penutur menyampaikan evaluasi, humor, atau penegasan emosi dalam klausa bahasa Inggris yang berdiri mandiri. Sementara itu, *congruent lexicalization* terjadi pada kata-kata serapan yang telah mengalami

naturalisasi morfologis sehingga berfungsi penuh dalam sistem gramatikal bahasa Indonesia.

Analisis Tipe *Insertion*

Tipe *insertion* merupakan tipe *code-mixing* yang paling dominan dalam data ini (68,4%). Dominasi ini mencerminkan pola yang konsisten dengan penelitian pada konten *podcast* dan YouTube Indonesia lainnya. Studi terhadap 336 mahasiswa membuktikan bahwa media sosial mendorong Gen Z

melakukan *code-mixing* didominasi oleh motivasi ekspresi diri dan identitas (75%), yang mencerminkan pola serupa dengan temuan pada data ini (Tarihoran et al., 2022). *Insertion* dalam data ini mencakup beragam kelas kata.

Pertama, penyisipan *discourse marker*. Kata *anyway* muncul setidaknya dua kali (menit 00:47 dan 01:20) sebagai penanda peralihan topik percakapan. Pada data nomor 2, tuturan “*Anyway, catch up* juga sama yang sedang terjadi di muka bumi ini” menunjukkan bahwa *anyway* telah berfungsi sebagai penanda wacana yang setara dengan ungkapan ‘ngomong-ngomong’ atau ‘baiklah’ dalam bahasa Indonesia, namun dipilih karena terasa lebih ringan dan akrab dalam komunitas tutur anak muda digital. Fenomena penyisipan penanda wacana berbahasa Inggris ini sejalan dengan temuan bahwa *intrasentential code-mixing*, termasuk penyisipan penanda wacana, merupakan strategi dominan dalam konten video YouTube Indonesia yang merefleksikan hibriditas budaya global (Situmorang et al., 2023).

Kedua, penyisipan istilah teknis industri hiburan. Kata *showbiz* (data 5, menit 04:59) adalah contoh paling menonjol dari kategori ini. Penutur menyebut: “Gua tahu banget ngomong *showbiz*.” Penggunaan ini dipilih bukan karena keterbatasan kosakata semata, melainkan karena istilah ini merupakan leksikon baku di kalangan pelaku industri hiburan Indonesia. Demikian pula kata *bridging* (data 9 dan 12) yang merujuk pada teknik siaran radio istilah ini tidak memiliki padanan Indonesia yang ringkas dan lazim dalam komunitas penyiar. Frasa *self produce* (data 18) yang berarti proses produksi musik secara mandiri tanpa label besar juga tidak memiliki istilah padanan tunggal dalam bahasa Indonesia.

Ketiga, penyisipan verba dan adjektiva. Data 14 (menit 19:13) menampilkan verba *decide* yang disisipkan dalam kalimat “akhirnya *decide* buat nulis lagu.” Verba ini dipilih karena terasa lebih tegas dan final dibandingkan padanannya ‘memutuskan’. Data 17 (menit 28:46) memperlihatkan verba *shaping* yang disisipkan dalam ungkapan reflektif tentang pembentukan identitas menunjukkan bahwa penyisipan terjadi bahkan pada topik introspektif yang bersifat personal.

Keempat, penyisipan nomina motivasional. Kata *passion* (data 26, menit 37:03) dan *opportunity* (data 11, menit 15:49) dipilih penutur karena kedua kata ini memiliki bobot konotatif yang lebih kuat dalam konteks motivasi karier dibandingkan padanannya ‘gairah’ atau ‘kesempatan’. Fenomena ini mengindikasikan bahwa bahasa Inggris berfungsi sebagai bahasa prestise yang dianggap lebih meyakinkan dan bertenaga untuk menyampaikan pesan motivasi.

Kelima, hibridisasi morfologis. Data 19 (menit 32:09) sangat menarik karena menampilkan konstruksi ‘nge-*port*’ verba bahasa Inggris *port/express* yang mendapat prefiks verbal informal bahasa Indonesia ‘nge-’. Pembentukan ini mencerminkan proses kreatif penutur bilingual yang tidak sekadar meminjam kata asing, tetapi mengintegrasikannya ke dalam sistem morfologi bahasa Indonesia secara aktif. Kajian afiksasi bahasa Indonesia pada kata-kata Inggris di media sosial menemukan bahwa prefiks adalah afiks yang paling produktif, dengan pola morfem seperti *nge-*, *di-*, dan *me-* yang melekat pada verba Inggris tanpa mengubah bentuk dasarnya, persis seperti yang terjadi pada

konstruksi *nge-port* dalam data ini (Budiarti & Faris, 2023).

Keenam, penyisipan nomina umum yang telah menjadi leksikon aktif. Kata *advice* muncul setidaknya tiga kali (data 23, 24, 30) dalam episode ini. Pada data 24, kata ini bahkan mendapat afiks '-nya' membentuk konstruksi *advice*-nya yang sepenuhnya gramatikal dalam bahasa Indonesia. Pengulangan ini mengindikasikan bahwa *advice* telah menjadi bagian aktif dari repertoar leksikal penutur, bukan sekadar penyisipan situasional.

Ketujuh, penyisipan adjektiva evaluatif. Data 15 (menit 23:08) menampilkan verba *review* dalam tuturan "Kalau boleh *review* sedikit, gue nyaman sih kerja bareng." Kata ini digunakan dalam konteks refleksi personal, di mana penutur seolah memposisikan dirinya sebagai evaluator atas pengalamannya sendiri. Penggunaan kata *review* menunjukkan pengaruh budaya kerja profesional berbahasa Inggris yang telah meresap ke dalam percakapan informal, mencerminkan bagaimana bahasa ruang kerja digital membentuk tuturan sehari-hari generasi muda Indonesia.

Kedelapan, penyisipan frasa nomina kompleks. Data 33 (menit 21:52) menunjukkan frasa *catch up* yang difungsikan sebagai verba transitif dalam kalimat "kayak lu nyamuk aja pengen *catch up*." Menariknya, frasa ini juga merupakan nama program *podcast* itu sendiri (The Catch Up Club), sehingga penggunaannya memiliki dimensi intertekstual: penutur secara tidak langsung merujuk pada identitas program sambil menggunakannya dalam fungsi linguistik yang berbeda. Ini merupakan fenomena *self-referential code-mixing* yang jarang ditemukan dalam penelitian serupa.

Kesembilan, penyisipan nomina konseptual. Data 34 dan 35 menampilkan dua kata dengan fungsi yang berbeda. Kata *background* (data 34, menit 26:25) merujuk pada latar belakang pengalaman dan identitas penutur, sementara kata *view* (data 35, menit 32:31) digunakan secara metaforis untuk menyebut perspektif hidup. Keduanya merupakan nomina abstrak yang dalam bahasa Inggris memiliki cakupan makna lebih luas dibandingkan terjemahan langsungnya dalam bahasa Indonesia, sehingga penyisipannya mencerminkan pilihan semantik yang disengaja demi ketepatan makna.

Analisis Tipe *Alternation*

Tipe *alternation* ditemukan dalam 8 kasus (21,1%). Berbeda dari *insertion* yang menyisipkan unit leksikal, *alternation* melibatkan peralihan struktural antara dua bahasa secara penuh, di mana klausa atau frasa berbahasa Inggris berdiri mandiri berdampingan dengan klausa berbahasa Indonesia.

Data 4 (menit 04:38) merupakan contoh paling jelas: "It's ok. Iya, kita tuh mau ngomongin..." Klausa *It's ok* berfungsi sebagai penanda sikap penerimaan yang disampaikan dalam bahasa Inggris sebelum penutur beralih ke bahasa Indonesia untuk melanjutkan substansi percakapan. Pemilihan klausa Inggris di sini bukan acak ia memberikan kesan santai, informal, dan akrab yang lebih kuat dibanding padanannya 'tidak apa-apa' atau 'gapapa'.

Data 13 (menit 17:17) memperlihatkan *alternation* yang bernuansa humor: "Eh eh *easy bro*. Ada Koreonya." Frasa *easy bro* diucapkan sebagai klausa mandiri yang secara pragmatik berfungsi sebagai ekspresi meremehkan kesulitan secara humoristik.

Efek humor ini lebih kuat disampaikan dalam bahasa Inggris karena nuansa ‘casual bravado’ yang melekat pada frasa tersebut dalam budaya anak muda Indonesia kontemporer.

Data 27 (menit 37:22) dan data 28 (menit 38:11) menampilkan *alternation* dalam tataran wacana yang lebih luas. Frasa retorik ‘gimana mau sukses?’ yang diulang-ulang berfungsi sebagai refrain percakapan yang menandai sikap kritis penutur terhadap sikap pasif dan gengsi. Pengulangan pola ini mengindikasikan bahwa *alternation* tidak hanya terjadi pada tataran klausa, tetapi juga dapat membentuk pola struktural wacana yang lebih besar.

Data 34 (menit 26:25) menampilkan contoh *alternation* yang unik karena terjadi dalam bentuk kalimat evaluatif diri: “*A very good point from me.*” Tuturan ini merupakan klausa bahasa Inggris yang berdiri mandiri dan berfungsi sebagai apresiasi diri sendiri secara humoristik setelah penutur menyampaikan argumen panjang dalam bahasa Indonesia. *Alternation* seperti ini memperlihatkan dimensi performatif campur kode, di mana perpindahan bahasa digunakan untuk menciptakan jarak ironis antara penutur dan ucapannya sendiri.

Secara keseluruhan, tipe *alternation* dalam data ini menjalankan setidaknya tiga fungsi pragmatik yang berbeda: (1) fungsi afektif, yaitu mengekspresikan sikap atau emosi tertentu yang terasa lebih autentik dalam bahasa Inggris; (2) fungsi humoristik, yaitu menciptakan efek komedi melalui perpaduan dua sistem bahasa yang berbeda secara tiba-tiba; dan (3) fungsi retorik, yaitu menggunakan peralihan bahasa untuk memperkuat argumen atau menegaskan posisi penutur dalam percakapan. Ketiga fungsi ini

mencerminkan tingkat kompetensi pragmatik yang tinggi dari penutur bilingual muda Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa *code-mixing* pada Gen Z Indonesia bukan sekadar kebiasaan linguistik, melainkan respons terhadap pengaruh media sosial yang membentuk gaya komunikasi mereka secara sistematis, dengan identitas dan ekspresi diri sebagai faktor pendorong terbesar (Tarihoran et al., 2022).

Analisis Tipe *Congruent Lexicalization*

Tipe *congruent lexicalization* muncul dalam 4 kasus (10,5%). Ini merupakan tipe *code-mixing* paling halus karena melibatkan kosakata asing yang telah sedemikian rupa terintegrasi ke dalam sistem gramatikal bahasa Indonesia sehingga batas antarbahasa menjadi kabur.

Data 20 (menit 33:08) menampilkan kata *kompetitif* yang berasal dari bahasa Inggris *competitive*. Kata ini telah mengalami penyesuaian morfologis sufiks ‘-if’ menggantikan sufiks ‘-ive’ dan berfungsi penuh sebagai adjektiva Indonesia dalam kalimat “Kita enggak pernah ngerasa *kompetitif* satu sama lain loh.” Proses naturalisasi ini mencerminkan mekanisme serapan bahasa Indonesia dari bahasa Inggris yang produktif di ranah informal.

Data 22 (menit 34:40) menarik karena memperlihatkan *congruent lexicalization* dari bahasa Belanda: kata *kalem* (berasal dari *kalm*) telah sepenuhnya dinaturalisasi dalam bahasa Indonesia ragam informal dan digunakan tanpa kesadaran penutur akan asal-usul asingnya. Ini menunjukkan bahwa *code-mixing* tidak hanya melibatkan bahasa Inggris, tetapi juga bahasa-bahasa lain yang telah mempengaruhi leksikon Indonesia.

Data 29 (menit 38:32) menampilkan kata *mager* akronim dari *males gerak* yang merupakan neologisme khas bahasa gaul digital generasi muda Indonesia. Meskipun kata ini berasal dari bahasa Indonesia, proses pembentukannya (singkatan akronim) paralel dengan mekanisme pembentukan kata yang lazim dalam bahasa Inggris dan mencerminkan pengaruh budaya digital terhadap kreativitas leksikal penutur muda.

Data 32 (menit 20:43) memperlihatkan proses *congruent lexicalization* yang produktif pada kata *schedule*. Kata ini telah diserap ke dalam bahasa Indonesia dengan bentuk yang hampir identik (*jadwal* sebagai padanan resminya, namun *schedule* tetap dipilih penutur), dan konstruksi *schedule*-nya menunjukkan bahwa kata ini telah diintegrasikan sepenuhnya ke dalam sistem morfologi bahasa Indonesia. Fenomena ini menunjukkan bahwa proses naturalisasi leksikal tidak selalu menghasilkan perubahan bentuk kata; dalam beberapa kasus, kata asing dipertahankan dalam bentuk aslinya dan diberi afiks Indonesia secara langsung.

Secara umum, tipe *congruent lexicalization* dalam data ini menggambarkan tahap paling lanjut dari proses integrasi leksikal antarbahasa, di mana batas antara bahasa Indonesia dan bahasa asing telah menjadi sangat kabur. Kata-kata seperti *kompetitif*, *kalem*, *mager*, dan *schedule* tidak lagi dirasakan sebagai unsur asing oleh penutur, melainkan sebagai bagian integral dari kosakata bahasa Indonesia kontemporer khususnya dalam ranah digital dan industri hiburan. Proses afiksasi bahasa Indonesia pada kata asing di media sosial umumnya mempertahankan bentuk dasar kata asli dan tidak mengikuti kaidah EYD secara ketat, mencerminkan sifat

informal medium digital yang membebaskan kreativitas morfologis penutur (Budiarti & Faris, 2023). Hal ini mencerminkan dinamika bahasa Indonesia yang terus berkembang secara leksikal sebagai respons terhadap arus globalisasi dan digitalisasi.

Faktor Penyebab *Code-Mixing* dalam Tuturan

Berdasarkan analisis keseluruhan data, terdapat tiga faktor utama yang melatarbelakangi terjadinya *code-mixing* dalam episode ini.

Faktor pertama adalah keintiman sosial. Para host yang telah mengenal satu sama lain sejak usia enam hingga tujuh tahun memiliki komunitas tutur yang sangat intim dengan konvensi kebahasaan tersendiri. Keintiman ini tercermin dari penggunaan *code-mixing* yang spontan dan tidak terencana penutur berpindah bahasa tanpa jeda atau penanda eksplisit, mengindikasikan bahwa campur kode telah menjadi norma komunikasi dalam komunitas tutur ini. Kohesi sosial yang tinggi dalam komunitas bilingual terbukti mendorong penggunaan *code-mixing* sebagai penanda solidaritas in-group, di mana berbagi kode yang sama menjadi simbol keanggotaan kelompok dan keintiman relasional (Rahman & Said, 2025)

Faktor kedua adalah prestise dan identitas. Penggunaan bahasa Inggris, terutama istilah-istilah industri hiburan seperti *showbiz*, *self produce*, *music show*, dan *bridging*, bukan hanya mencerminkan keterbatasan leksikal, tetapi juga membangun citra sebagai individu yang terlibat dan fasih dalam industri hiburan yang berorientasi global. Dalam konteks ini, *code-mixing* berfungsi sebagai penanda identitas profesional.

Faktor ketiga adalah keterbatasan kosakata dan efisiensi komunikasi. Beberapa penyisipan terjadi karena bahasa Indonesia tidak menyediakan padanan yang ringkas dan selazim istilah Inggrisnya. Frasa *long story short*, kata *bridging* dalam konteks siaran, dan frasa *self produce* adalah contoh di mana penutur memilih bahasa Inggris bukan karena gengsi, melainkan karena efisiensi dan ketepatan komunikasi.

Faktor keempat yang perlu dicatat adalah pengaruh media dan paparan digital. Ketiga host The Catch Up Club tumbuh dalam lingkungan industri hiburan yang sangat terpapar konten berbahasa Inggris, mulai dari acara televisi, majalah hiburan internasional, hingga platform streaming digital. Paparan intens ini menghasilkan apa yang oleh para sosiolinguis disebut sebagai *passive bilingualism* yang berkembang menjadi *active bilingualism* penutur tidak hanya mampu memahami bahasa Inggris secara reseptif, tetapi juga menggunakannya secara produktif dalam percakapan sehari-hari tanpa perencanaan linguistik yang eksplisit.

Faktor kelima adalah konvensi komunitas tutur digital. *Podcast* sebagai medium digital memiliki konvensi kebahasaan tersendiri yang berbeda dari percakapan tatap muka biasa. Para penutur dalam medium ini cenderung lebih bebas bereksperimen dengan bahasa karena audiens yang mereka tuju adalah anak muda Indonesia yang sudah familiar dengan *code-mixing* sebagai norma komunikasi digital. Dengan kata lain, *code-mixing* dalam *podcast* ini bukan hanya refleksi kemampuan linguistik penutur, tetapi juga respons terhadap ekspektasi linguistik audiens targetnya. Penutur secara implisit mengetahui bahwa penggunaan bahasa

Inggris secara selektif dalam tuturannya akan diterima dan bahkan diapresiasi oleh pendengar sebagai penanda modernitas, kosmopolitanisme, dan keakraban dengan budaya digital global. Hal ini mengonfirmasi bahwa *code-mixing* di platform digital bukan hanya refleksi kompetensi linguistik penutur, tetapi merupakan strategi aktif untuk merepresentasikan diri dalam ruang sosial digital yang berorientasi global (Rahman & Said, 2025)

Kelima faktor di atas tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling berkelindan dalam setiap peristiwa tutur. Sebuah penyisipan tunggal seperti kata *passion* (data 26) misalnya, sekaligus dimotivasi oleh prestise (kata ini berkonotasi lebih kuat dari padanannya), keintiman sosial (diucapkan kepada teman yang sudah sangat dekat), dan konvensi komunitas tutur digital (audiens *podcast* muda Indonesia sudah familiar dengan kata ini). Kompleksitas motivasi di balik setiap kasus *code-mixing* inilah yang menjadikan fenomena ini tidak dapat direduksi menjadi sekadar gejala interferensi atau ketidakmampuan berbahasa, melainkan harus dipahami sebagai strategi komunikasi yang kaya dan berlapis-lapis.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena *code-mixing* dalam *podcast* The Catch Up Club episode 4 didominasi oleh tipe *insertion* sebanyak 26 kasus (68,4 persen), diikuti oleh *alternation* 8 kasus (21,1 persen), dan *congruent lexicalization* 4 kasus (10,5 persen) dengan bahasa Inggris sebagai bahasa donor utama. Praktik campur kode ini dilatarbelakangi oleh tiga faktor kunci, yaitu keintiman sosial antar-host yang membentuk konvensi tutur

tersendiri, prestise bahasa Inggris di industri hiburan, serta keterbatasan leksikal bahasa Indonesia untuk istilah teknis yang ringkas. Temuan ini menegaskan bahwa *code-mixing* bukanlah bentuk defisiensi berbahasa, melainkan sebuah strategi komunikasi matang yang mencerminkan identitas bilingual penutur muda Indonesia yang dinamis di era digital. Mengingat penelitian ini terbatas pada satu episode saja, studi lanjutan disarankan untuk memperluas cakupan data melalui pendekatan komparatif lintas *podcast*, menganalisis perspektif pendengar lewat kolom komentar, serta mengeksplorasi pengaruh variabel gender maupun latar belakang industri terhadap pola campur kode.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, P., & Luthfiyanti, L. (2022). Campur kode dalam podcast kanal youtube deddy corbuzier. *Journal of Oriental and Asian Linguistics*, 5(2), 97–115. <https://doi.org/10.52622/joal.v4i2.300>
- Amelia, B. B., Shalsabilla, K., Vina, A., Achmad, Y., & Anggia, P. (2024). Analisis campur kode pada podcast Denny Sumargo-Nikita Mirzani (kajian sosiolinguistik). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 1545-1554. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/396>
- Budiarti, D., & Faris, I. N. I. (2023). “Jangan Di-Read!”: Indonesian Affixation to English Words on Social Media. *LITE: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 19(1), 55–64. <https://doi.org/10.33633/lite.v19i1.7492>
- Julianti, U., Suhartini, D., Octaviyani, A., Sari, L. N., & Sagita, A. (2025). Code-Mixing in Maia Aleldul TV Podcast : A Sociolinguistic Study. *Journal of Management and Social Sciences*, 5(04), 980–993. <https://doi.org/10.58471/jms.v5i04>
- Najuar, A. C., Rahmatunisa, W., & Wihadi, M. (2025). Analysis of Code Mixing on the Youtube Channels of Viral Z-Generation Indonesian Youtubers. *Journal of Oriental and Asian Linguistics*, 4(2), 177–187. <https://doi.org/10.52622/joal.v4i2.300>
- Rahman, A., & Said, D. R. (2025). Bilingual Identity Construction through Social Media : A Study of English Influenced Code Mixing. *Journal of Language and Literature*, 8(2), 534–544. <https://doi.org/10.35877/454ri.jola.1231>
- Situmorang, K. E., Pasaribu, T. K., & Sembiring, R. A. (2023). An Analysis of Code Mixing and Code Switching on Najwa Shihab Podcast “Susahnya Jadi Perempuan” (Catatan Najwa). *ELT Worldwide: Journal of English Language Teaching*, 10(2), 356–366. <https://doi.org/10.26858/eltww.v10i2.53616>
- Tarihoran, N., Fachriyah, E., Tressyalina, & Sumirat, I. R. (2022). The Impact of Social Media on the Use of Code Mixing by Generation Z.



Vol. 10 No. 3 Juni, hlm 963-977

p-ISSN : 2548-883X ||e-ISSN : 2549-1288

<https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jgkp/article/view/74471>

 : <https://doi.org/10.24114/jgk.v10i3.74471>

*International Journal of
Interactive Mobile Technologies,*
16(7), 54–69.
<https://doi.org/10.3991/ijim.v16i07.27659>

The Catch Up Club. (2026). *Episode 4 -
Kejar Sukses Sejak Belia* [Video].
YouTube.
[https://www.youtube.com/watch?
v=G1p4SnUH0bc](https://www.youtube.com/watch?v=G1p4SnUH0bc)

Waruwu, M. (2023). Pendekatan
Penelitian Pendidikan : Metode
Penelitian Kualitatif , Metode
Penelitian Kuantitatif dan Metode
Penelitian Kombinasi (Mixed
Method). *Jurnal Pendidikan
Tambusai*, 7(3), 2896–2910.
<https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.5753>