

ARTIKEL
CAMPUR KODE DALAM VIDEO DAKWAH USTAZ HANAN ATTACKI
DI INSTAGRAM (KAJIAN SOSIOLINGUISTIK)

Oleh

Ristia Ulfa
NIM 2113210026

Dosen Pembimbing Skripsi
Drs. Syamsul Arif, M.Pd

Telah Diverifikasi dan Dinyatakan Memenuhi
Syarat untuk Diunggah pada Jurnal *Online*

Medan, Februari 2020

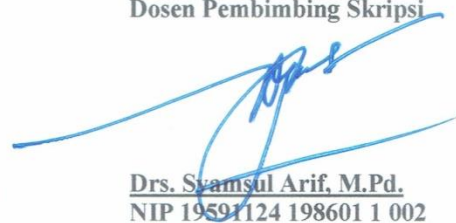
Editor,



18/2/2020

M. Anggie Januarsyah Daulay, S.S., M.Hum.
NIP19870127 201504 1 003

Dosen Pembimbing Skripsi



Drs. Syamsul Arif, M.Pd.
NIP 19591124 198601 1 002

Menyetujui
Ketua Prodi Sastra Indonesia



Dr. M. Oky Fardian Gafari, S.Sos., M.Hum
NIP 19790115 200501 1 002

CAMPUR KODE DALAM VIDEO DAKWAH USTAZ HANAN ATTAKI DI INSTAGRAM (KAJIAN SOSIOLINGUISTIK)

Oleh

Ristia Ulfa

Drs. Syamsul Arif, M.Pd.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui wujud campur kode yang muncul dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki, mengetahui faktor penyebab terjadinya campur kode, dan frekuensi munculnya peristiwa campur kode dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari video-video dakwah yang terdapat dalam akun instagram Ustaz Hanan Attaki. Data diperoleh dari tuturan Ustaz Hanan Attaki dalam video dakwahnya dengan terlebih dahulu mengunduh video dan mengubah tuturannya ke dalam bentuk teks. Teknik analisis data adalah mendengarkan rekaman data, mentranskrip data ke dalam bentuk tulisan, kemudian mengemukakan wujud, faktor penyebab terjadinya campur kode, dan frekuensi munculnya campur kode dengan memasukkan kedalam tabel. Selanjutnya memberikan kesimpulan. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, ditemukan 4 (empat) wujud campur kode dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram yaitu, penyisipan berwujud kata, penyisipan berwujud baster, penyisipan berwujud idiom, dan penyisipan berwujud frasa. Faktor penyebab campur kode dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki adalah faktor kebiasaan, faktor adanya keinginan penutur untuk menjelaskan, serta faktor adanya keinginan penutur untuk menunjukkan prestise. Frekuensi munculnya campur kode yaitu, berwujud kata (68,19%), baster (18,93%), idiom (1,52%), dan frasa (11,36%).

Kata Kunci: *Campur kode, video dakwah, Hanan Attaki*

PENDAHULUAN

Pada umumnya, masyarakat Indonesia akan menggunakan bahasa Indonesia ketika berkomunikasi dengan lawan bicara yang memiliki perbedaan suku dengannya dan akan menggunakan bahasa daerahnya ketika berkomunikasi dengan orang yang satu suku dengannya dan mengerti dengan bahasa daerahnya. Seiring dengan majunya teknologi dan berkembangnya zaman, bahasa-bahasa asing juga telah meracuni kegiatan berkomunikasi masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia sendiri seperti telah kecanduan berkomunikasi dengan memasukkan kata-kata dalam bahasa asing seperti bahasa Inggris. Hal ini seperti

yang disampaikan Weinreich (dalam Umar, 2011: 24) penggunaan tiga bahasa atau lebih oleh seorang penutur dalam pergaulannya dengan orang lain secara sosiolinguistik disebut multilingualisme. Sementara penggunaan dua bahasa oleh penutur disebut bilingualisme. Media dakwah merupakan salah satu contoh yang didalamnya terdapat peristiwa campur kode. Utamanya dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Hanan Attaki. Beliau sering mencampurkan kosa kata asing kedalam tuturannya. Padahal pendengar dakwah beliau merupakan masyarakat Indonesia.

LANDASAN TEORI

A. Definisi Sosiolinguistik

sosiolinguistik adalah cabang ilmu linguistik yang sangat erat kaitannya dengan sosiologi, yaitu sosial, ragam, dan variasi bahasa. Sosiolinguistik juga melihat bahasa yang dipakai sebagai sistem sosial dan komunikasi serta berupaya menjelaskan kemampuan manusia menggunakan aturan-aturan berbahasa secara tepat dalam situasi-situasi yang bervariasi.

B. Kedwibahasaan

Adapun batas kedwibahasaan menurut Weinreich (dalam Anwar, 2006: 12), adalah peristiwa pemakaian dua bahasa atau lebih secara bergantian oleh seorang penutur.

C. Kode

Kode dapat didefinisikan sebagai suatu sistem tutur yang penerapan serta unsur kebahasaannya memiliki ciri khas sesuai dengan latar belakang penutur, relasi penutur dengan lawan tuturnya, serta situasi yang ada (Rahardi, 2001: 20).

D. Alih Kode

Dalam situasi kedwibahasaan, sering terlihat orang melakukan pergantian satu bahasa dengan bahasa lainnya dalam berkomunikasi. Peristiwa pergantian bahasa ini biasanya terjadi karena tuntutan berbagai situasi yang dihadapi oleh pihak-pihak yang terlibat dalam peristiwa komunikasi tersebut. Misalnya, ketika A menggunakan bahasa X dengan B, secara tiba-tiba muncul C yang tidak dapat berbahasa X. Karena A dan B sangat berkeinginan menerima kehadiran C dalam kesempatan itu, maka secara spontan mereka beralih ke bahasa Y yang dapat dipahami oleh C.

Selain itu, peralihan bahasa dapat terjadi karena pergantian topik pembicaraan. Di dalam peristiwa komunikasi sehari-hari, pergantian topik pembicaraan merupakan hal yang lazim. Ketika A dan B bertemu disuatu pesta, misalnya mungkin mereka mengawali komunikasi dengan topik sehari-hari, seperti topik keluarga atau pekerjaan. Untuk topik semacam ini biasanya digunakan bahasa ragam santai. Apabila tindak komunikasi berlangsung lebih lama, topik pembicaraan mungkin mengalami pergantian menjadi masalah politik, misalnya untuk topik yang terakhir ini, ragam bahasa yang digunakan pada umumnya bukan ragam santai, melainkan ragam formal. Dengan demikian, kita melihat terjadinya peralihan bahasa dalam suatu peristiwa komunikasi yang sama. Peristiwa peralihan bahasa ini sering disebut alih kode (*code switching*). Seperti yang telah digambarkan sebelumnya, konsep alih kode ini mencakup bukan saja peristiwa peralihan bahasa, melainkan juga peralihan peristiwa ragam bahasa atau dialek.

E. Campur Kode

Pembicaraan mengenai alih kode biasanya diikuti dengan pembicaraan mengenai campur kode. Kedua peristiwa yang lazim terjadi dalam masyarakat bilingual ini memiliki kesamaan yang besar, sehingga seringkali sukar dibedakan.

Kridalaksana dan Markhamah (2000: 21) mengatakan “campur kode merupakan penggunaan satuan bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain untuk memperluas gaya bahasa atau ragam bahasa. Termasuk di dalamnya pemakaian kata, klausa, idiom, sapaan dan lain-lain”. Menurut Nababan (1989: 194) “jikalau seseorang memakai kata atau kalimat dari bahasa atau ragam bahasa lain di dalam kerangka penggunaan sesuatu.

Masyarakat multitingkat atau bilingual seperti halnya masyarakat di Indonesia sebagian besar mengenal dan memahami dua bahasa dalam berkomunikasi. Tak jarang dijumpai orang berkomunikasi dengan mengganti bahasa atau ragam bahasanya, sehingga hal ini menjadi suatu kebiasaan dalam berkomunikasi.

1. Wujud Campur Kode

Menurut Suwito (1983: 78-80), ada lima bentuk satuan bahasa dalam campur kode, yaitu:

- a. Penyisipan unsur yang berwujud kata. *Contoh:* Jadi kalau temen-temen ngebayangin ada seseorang yang lagi **happy** (senang) banget, lagi **excited** (gembira) banget terhadap sesuatu, Allah lebih **excited** lagi terhadap hambanya yang beristighfar.
- b. Penyisipan unsur yang berwujud baster. *Contoh:* Jadi kalau kita pengen libatin Allah dalam musibah kita, pertama pake **passwordnya** (kata kunci) dulu.
- c. Penyisipan unsur yang berwujud perulangan kata. *Contoh:* Siapa sih yang suka **calling-calling** (panggil-panggil) jam segini? Mengganggu saja.
- d. Penyisipan unsur yang berwujud ungkapan atau idiom. *Contoh:* Tapi karena Allah itu pemaaf, **rahman**, **rahiim**, dalam bahasa santai kita mungkin **easy going** (mudah bergaul) tapi tetep berharap kebaikan buat hamba-Nya, makanya Allah ngasih kita kesempatan, kesempatan, kesempatan.
- e. Penyisipan unsur yang berwujud frasa. *Contoh:* Yang ketiga, ujian apalagi..ada masalah sama temen..**leave group** (meninggalkan grup) segala macemlah.

2. Faktor Penyebab Campur Kode

Suwandi (2008: 95) mengemukakan faktor yang menyebabkan campur kode, yaitu:

1. Penutur dan mitra tutur mempunyai latar belakang bahasa ibu yang sama.
2. Adanya keinginan penutur untuk memperoleh ungkapan yang tepat.
3. Kebiasaan dan kesantiaian penutur dan mitra tuturnya dalam berkomunikasi.

F. Ceramah

Ceramah dalam kamus Bahasa Indonesia adalah pidato yang bertujuan untuk memberikan nasehat dan petunjuk-petunjuk, sementara ada audiensi yang bertindak sebagai pendengar. Dengan melihat kepada pengertian tersebut, ceramah dapat diartikan sebagai bentuk dari dakwah, yaitu dakwah *bil-kalam* yang berarti menyampaikan ajaran-ajaran, nasehat, mengajak seseorang melalui lisan.

G. Media Dakwah

Banyak media yang dapat digunakan pada zaman sekarang sebagai media dakwah seperti televisi, koran, majalah, buku, dan internet. Hal ini seperti yang dilakukan oleh salah satu ustaz, yang berdakwah dengan media internet yaitu instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri (id.m.wikipedia.org).

Salah satu ustaz yang memanfaatkannya adalah Ustaz Hanan Attaki. Ustaz Hanan Attaki memfokuskan dakwahnya kepada kalangan remaja. Ini dibuktikan dengan tema-tema yang diangkat dalam dakwahnya dekat dengan permasalahan yang banyak dialami oleh kebanyakan remaja saat ini, misal tentang jatuh cinta, galau, sedih, dan lain-lain. Beliau memanfaatkan tema-tema tersebut untuk menjadi daya tarik bagi kalangan remaja agar mau mendengarkan dakwah dan hijrah menjadi seseorang yang jauh lebih baik. Bahasa yang digunakan Ustaz Hanan Attaki juga ringan dan santai. Beliau juga kerap kali menggunakan campur kode dalam bahasa asing seperti bahasa Arab dan bahasa Inggris dalam dakwahnya. Keunikan lainnya adalah Ia mampu mengambil hati para pendengarnya dengan cara berdakwah menggunakan bahasa-bahasa gaul yang tentunya sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian guna memperoleh jawaban terhadap permasalahan yang diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Sudaryanto (1993: 62), "Penelitian dengan metode deskriptif semata-mata hanya berdasarkan pada fakta-fakta yang ada atau fenomena-fenomena yang memang secara empiris hidup dalam diri penuturnya sehingga apa yang dihasilkan adalah paparan apa adanya".

Data dalam penelitian ini berupa tuturan atau ujaran dalam dakwah atau ceramah yang disampaikan Ustaz Hanan Attaki. Data tersebut telah terlampir dalam proposal ini sebanyak 100 buah. Sedangkan sumber data penelitian adalah

berupa video dakwah yang terdapat di dalam akun instagram milik Ustaz Hanan Attaki.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Wujud Campur Kode dalam Video Dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram

Dari hasil penelitian wujud campur kode, terdapat 277 penyisipan wujud campur kode yang ditemukan dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram. Berikut ini merupakan contoh dari masing-masing wujud campur kode yang ditemukan dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki.

a. Penyisipan unsur-unsur berwujud kata

Dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram, ditemukan 159 peristiwa campur kode yang mengandung penyisipan dalam wujud kata. Contoh pada kalimat berikut.

- 1) *“Sehingga kita tidak perlu bertanya kenapa? **Why?** Saya udah hijrah tapi kok makin susah hidup saya?”*(Data 5)
- 2) *“Sehingga ketika kita hijrah, kita minta tolong kepada Allah urusan dunia, tetapi kalau kita yakin kita **istiqomah**,..”*(Data 5)

Pada contoh (1) di atas, merupakan tuturan Ustaz Hanan Attaki dalam video dakwah di Instagram yang diunggah pada tanggal 20 Februari 2017. Campur kode yang terjadi adalah penggunaan kata *why* yang berasal dari bahasa Inggris disisipkan ke dalam bahasa Indonesia. Kata *why* sama dengan kata “kenapa” dalam bahasa Indonesia.

Selanjutnya pada contoh (2), merupakan tuturan Ustaz Hanan Attaki dalam video dakwah di Instagram yang diunggah pada tanggal 20 Februari 2017. Campur kode yang terjadi adalah penggunaan kata *istiqomah* yang berasal dari bahasa Arab disisipkan ke dalam bahasa Indonesia. Kata *istiqomah* dalam bahasa Indonesia berarti “lurus”. Penggunaan kata *istiqomah* dianggap lebih tepat disisipkan ke dalam tuturan karena dianggap lebih dapat mempengaruhi jiwa pendengar dibanding penggunaan kata “lurus” dalam bahasa Indonesia.

b. Penyisipan unsur-unsur yang berwujud baster

Baster adalah peristiwa pembentukan dengan bentuk dasar bahasa Indonesia dengan afiks-afiks dari bahasa daerah atau bahasa asing (Suwito, 1983:

53). Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan 36 penyisipan campur kode berwujud baster.

3) “*Taubat dan ta’lim Allah **ngelike** banget tuh..*” (Data 3)

4) “*Allah yang Maha Tahu masa depan aja **berhusnudzon***” (Data 7)

Pada contoh (3), merupakan peristiwa campur kode dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram yang diunggah pada tanggal 10 Februari 2017. Penyisipan yang terjadi adalah campur kode dalam wujud baster yaitu *ngelike*. Kata *like* dalam bahasa Inggris yang berarti “suka” dalam bahasa Indonesia diberi afiks atau imbuhan “nge-” menjadi *ngelike* yang jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia sama dengan “menyukai”.

Contoh (4), merupakan peristiwa campur kode dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram yang diunggah pada tanggal 28 Februari 2017. Campur kode yang terjadi adalah bentuk baster yaitu *berhusnudzon*. Kata *husnudzon* dalam bahasa Arab yang berarti “baik sangka” dalam bahasa Indonesia diberi imbuhan “ber-” menjadi *berhusnudzon*. Jika diartikan secara keseluruhan, maka *berhusnudzon* sama dengan “berbaik sangka” dalam bahasa Indonesia.

c. Penyisipan unsur-unsur berwujud idiom

Idiom adalah satuan ujaran yang maknanya tidak dapat “diramalkan” dari makna unsur-unsurnya, baik secara leksikal maupun secara gramatikal (Chaer, 2007: 296). Dari hasil penelitian, terdapat 7 penyisipan campur kode yang berwujud idiom.

5) “*Pah, udah lama nih gak jalan-jalan. **Window shopping** aja*” (Data 47)

6) “*Allah **hard feeling** gak sama kita?*” (Data 93)

Pada contoh (5) di atas, ditemukan penyisipan campur kode berwujud idiom. Campur kode tersebut ditemukan dalam tuturan Ustaz Hanan Attaki di Instagram yang diunggah pada tanggal 16 Agustus 2017. Penyisipan campur kode yang berwujud idiom tersebut adalah *window shopping* yang merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang berarti “melihat-lihat” atau yang lebih dikenal dengan istilah “cuci mata”.

Contoh (6), merupakan peristiwa campur kode dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram yang diunggah pada tanggal 9 Maret 2018. Campur

kode yang terjadi adalah penyisipan berwujud idiom yaitu *hard feeling*. Istilah *hard feeling* dalam bahasa Inggris sama dengan “kecewa” dalam bahasa Indonesia.

d. Penyisipan unsur-unsur berwujud frasa

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan penyisipan campur kode berwujud frasa sebanyak 75 data dalam penggalan tuturan Ustaz Hanan Attaki di Instagram.

7) “Allah itu *Ghoniyyun ‘anil ‘alamin*, gak butuh kepada kita.” (Data 2)

8) “Jadi gak ada kebaikan yang Allah berikan dengan cara bersenang-senang, itu tidak ada, dengan cara foya-foya, dengan cara *have fun*”
(Data 12)

Contoh (7) di atas, terdapat penyisipan dalam wujud frasa. Penyisipan tersebut ditemukan dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram yang diunggah pada tanggal 30 Januari 2017. Campur kode berwujud frasa tersebut adalah *ghoniyyun ‘anil ‘alamin* yang berasal dari bahasa Arab. Dalam bahasa Indonesia, *ghoniyyun ‘anil ‘alamin* berarti “allah maha kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam”.

Contoh (8), merupakan peristiwa campur kode dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram yang diunggah pada tanggal 14 Maret 2017. Campur kode yang ditemukan adalah penyisipan berwujud frasa yaitu *have fun*. Frasa dalam bahasa Inggris tersebut jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia sama dengan ucapan “selamat bersenang-senang”.

Faktor Penyebab Terjadinya Campur Kode dalam Video Dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram

Ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya campur kode dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki. Faktor-faktor tersebut adalah: faktor kebiasaan, keinginan untuk menjelaskan, dan adanya keinginan penutur untuk menunjukkan prestise.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan adanya penggunaan campur kode oleh Ustaz Hanan Attaki dalam video dakwah di instagram. Dalam penelitian ditemukan sebanyak 277 wujud campur kode, yaitu 159 (57,40%)

penyisipan berwujud kata, 36 (12,99%) berwujud baster, 7 (2,52%) kasus yang berwujud idiom, dan 75 (27,07%) kasus berwujud frasa. Dari hasil penelitian ditemukan beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya campur kode, diantaranya yaitu faktor kebiasaan, adanya keinginan penutur untuk menjelaskan, dan adanya keinginan penutur untuk menunjukkan prestise.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan dkk. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Amri, Saeful. 2015. *Analisis Campur Kode Pada Judul Berita Dalam Surat Kabar Suara Merdeka Edisi Maret-April 2014*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Aslinda dkk, 2007. *Pengantar Sociolinguistik*. Bandung: Reflika Aditama.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2004. *Sociolinguistik: Suatu Perkenalan Awal, Edisi Revisi*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Chaer, Abdul. 2007. *Linguistik Umum*. Jakarta: PT Rhineka Cipta.
- Endraswara, Suwardi. 2013. *Metodologi Penelitian Sastra*. Yogyakarta: CAPS.
- Fathur, Rokhman. 2013. *Sociolinguistik*. Yogyakarta: Graham Ilmu.
- Kridalaksana, H. 1978. *Sociolinguistik dalam leksikografi*. Tugu: Panitia Penataran Leksikografi (Pusat bahasa).
- Mahsun, 2005. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Muharam, Rijal. 2011. *Alih Kode, Campur Kode, dan Interferensi yang Terjadi Dalam Pembicaraan Bahasa Indonesia dan Bahasa Melayu Ternate*. Jurnal Lingua Vol. 8. No. 1. 23-29.
- Nababan, P.W.J. 1984. *Sociolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Ohoiwutun, Paul. 2007. *Sociolinguistik: Memahami Bahasa dalam Konteks Kemasyarakatan dan Kebudayaan*. Jakarta: Percetakan KBI.
- Rahardi, R. Kunjana. 2010. *Kajian Sociolinguistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Safitri, Dian. 2012. *Alih Kode dan Campur Kode Pada Dialog Film Sang Pencerah Yang Disutradarai Oleh Hanung Bramantyo*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Terbaik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana Press.
- Sumarsono dan Paina Partana. 2002. *Sociolinguistik*. Yogyakarta: Sabda
- Suwito. 1985. *Pengantar Awal Sociolinguistik: Teori dan Problematika*. Surakarta: Henary Offset.
- Umar, Azhar. 2011. *Sociolinguistik: Studi Deskriptif tentang Hubungan Bahasa dengan Masyarakat*. Medan: Unimed.