



Analisis Bentuk Campur Kode pada Caption Instagram @mahia_weh: Berbantu Mini Corpus

Silma Ramdina

Sastra Sunda, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Padjadjaran

silma22001@mail.unpad.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk campur kode yang terdapat pada caption akun Instagram @mahia_weh serta mengidentifikasi frekuensi penggunaan kosakata bahasa Sunda dengan bantuan mini korpus melalui website Sketch Engine. Penelitian dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan media sosial sebagai ruang komunikasi virtual yang memunculkan berbagai fenomena kebahasaan, salah satunya campur kode. Akun Instagram @mahia_weh dipilih sebagai objek penelitian karena menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa utama dalam unggahannya, namun masih ditemukan unsur bahasa lain yang menyisip dalam caption. Penelitian ini menggunakan metode campuran (mixed methods) yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk campur kode, sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan untuk menghitung frekuensi penggunaan kosakata bahasa Sunda melalui fitur konkordansi pada Sketch Engine. Hasil penelitian menunjukkan adanya dua bentuk campur kode, yaitu campur kode ke dalam (inner code-mixing) dan campur kode ke luar (outer code-mixing). Campur kode ke dalam ditemukan sebanyak delapan data yang berupa penyisipan unsur bahasa Indonesia ke dalam tuturan berbahasa Sunda, sedangkan campur kode ke luar ditemukan sebanyak dua data yang berupa penyisipan unsur bahasa Inggris. Selain itu, analisis frekuensi kosakata bahasa Sunda menunjukkan delapan kosakata yang paling sering digunakan, yaitu *heureuy*, *#urangsunda*, *#heureuysunda*, *teu*, *loba*, *kanyeuuri*, *ngacapruk*, dan *aing*. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Sunda pada media sosial masih cukup dominan, meskipun dipengaruhi oleh unsur bahasa Indonesia dan bahasa asing dalam praktik komunikasi digital.

Kata Kunci: Campur Kode, Instagram, Mahia_Weh

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap pola interaksi masyarakat modern. Kehadiran internet dan berbagai platform media sosial menjadikan aktivitas komunikasi tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu tertentu, melainkan dapat dilakukan secara cepat, luas, dan tanpa batas geografis. Media sosial saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat, khususnya generasi muda yang menjadikannya sebagai sarana utama untuk berinteraksi, berbagi informasi, membangun identitas diri, serta mengekspresikan gagasan dan perasaan. Dalam konteks tersebut, penggunaan bahasa tidak hanya berlangsung di ruang publik konvensional, tetapi juga berkembang secara dinamis di ruang publik virtual (Rahmawati et al., 2022). Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa sebagai alat komunikasi terus mengalami perubahan dan penyesuaian seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan sosial para penggunanya.

Media sosial sebagai ruang komunikasi digital telah melahirkan berbagai fenomena kebahasaan yang menarik untuk dikaji. Salah satu fenomena yang banyak ditemukan adalah campur kode (code mixing), yaitu penggunaan unsur-unsur dari dua bahasa atau lebih dalam satu tuturan. Fenomena campur kode semakin mudah ditemukan pada berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan X. Pengguna media sosial sering kali mencampurkan bahasa daerah, bahasa Indonesia, dan bahasa asing dalam satu unggahan atau percakapan untuk menciptakan kesan tertentu, menunjukkan identitas kelompok, meningkatkan daya tarik komunikasi, atau menyesuaikan diri dengan tren yang sedang berkembang. Contoh yang umum ditemukan adalah penggunaan kata “share”, “like”, “followers”, “story”, dan berbagai istilah berbahasa Inggris lainnya yang telah menjadi bagian dari komunikasi sehari-hari masyarakat digital. Penggunaan unsur bahasa asing tersebut menunjukkan adanya dinamika bahasa yang berkembang dalam lingkungan komunikasi virtual.

Fenomena campur kode juga ditemukan pada akun Instagram @mahia_weh. Akun ini merupakan akun curahan hati atau hiburan yang menyajikan konten berbentuk poster dan caption berbahasa Sunda dengan jumlah pengikut yang cukup besar. Popularitas akun tersebut menjadikannya salah satu representasi penggunaan bahasa Sunda dalam media sosial yang dekat dengan kehidupan generasi muda. Melalui unggahan yang bersifat santai dan komunikatif, akun ini memperlihatkan bagaimana bahasa Sunda digunakan secara kreatif dengan memadukan unsur bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Kondisi tersebut menarik untuk diteliti karena penggunaan bahasa

dalam media sosial sering kali menjadi model komunikasi yang ditiru oleh para pengikutnya. Wardana dan Sabardila (2022) menyatakan bahwa penggunaan bahasa oleh figur atau akun yang memiliki pengaruh di media sosial berpotensi menjadi rujukan bagi masyarakat, terutama kalangan remaja. Oleh karena itu, pola kebahasaan yang muncul pada akun Instagram @mahia_weh dapat mencerminkan kecenderungan penggunaan bahasa dalam masyarakat digital saat ini.

Di sisi lain, keberadaan bahasa daerah menghadapi tantangan yang semakin kompleks di era digital. Bahasa Sunda sebagai salah satu bahasa daerah terbesar di Indonesia memiliki jumlah penutur yang sangat banyak, namun penggunaannya mengalami perubahan akibat pengaruh globalisasi dan perkembangan teknologi komunikasi. Sobarna (2007) menjelaskan bahwa sebagian generasi muda mengalami penurunan kemampuan berbahasa daerah karena lebih dominan menggunakan bahasa Indonesia, khususnya dialek Jakarta, dalam komunikasi sehari-hari. Temuan tersebut menunjukkan adanya pergeseran bahasa yang dapat memengaruhi keberlangsungan penggunaan bahasa daerah di masa mendatang. Meskipun demikian, Wagati et al. (2022) menyatakan bahwa kondisi bahasa Sunda masih tergolong baik karena tetap digunakan dalam berbagai ranah komunikasi. Akan tetapi, perkembangan media sosial dan arus globalisasi menyebabkan munculnya berbagai bentuk adaptasi bahasa, termasuk campur kode dan penggunaan kosakata asing dalam tuturan bahasa Sunda.

Perubahan penggunaan bahasa tersebut tidak terlepas dari karakteristik media sosial yang mempertemukan individu dengan latar belakang sosial, budaya, dan bahasa yang beragam. Interaksi yang berlangsung secara intensif di ruang digital mendorong terjadinya pertukaran unsur bahasa dan budaya secara terus-menerus. Tarihoran et al. (2022) menjelaskan bahwa media sosial memberikan dimensi baru terhadap evolusi bahasa karena memungkinkan terjadinya percampuran bahasa dalam frekuensi yang lebih tinggi dibandingkan komunikasi konvensional. Pendapat tersebut didukung oleh penelitian Mewengkang dan Fansury (2021) yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung menggunakan lebih dari satu bahasa dalam aktivitas komunikasinya. Dengan demikian, media sosial menjadi salah satu faktor yang mendorong berkembangnya praktik bilingualisme, multilingualisme, serta fenomena campur kode dalam masyarakat modern.

Kajian mengenai campur kode erat kaitannya dengan bidang sosiolinguistik. Sosiolinguistik merupakan cabang ilmu linguistik yang mempelajari hubungan antara bahasa dan masyarakat serta bagaimana faktor sosial memengaruhi penggunaan bahasa dalam berbagai situasi komunikasi (Amri & Putri, 2019). Melalui perspektif sosiolinguistik, bahasa tidak hanya dipandang sebagai sistem lambang untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai refleksi identitas sosial, budaya, dan hubungan antarmanusia. Dahniar dan Sulistyawati (2023) menjelaskan bahwa sosiolinguistik mempelajari penggunaan bahasa dalam konteks sosial tertentu, termasuk variasi bahasa yang muncul akibat perbedaan usia, pendidikan, status sosial, dan lingkungan budaya. Sejalan dengan itu, Faiz (2018) serta Tyas et al. (2020) menyatakan bahwa analisis sosiolinguistik memungkinkan peneliti memahami alasan penggunaan bentuk bahasa tertentu dalam interaksi masyarakat.

Dalam perspektif sosiolinguistik, variasi bahasa merupakan fenomena yang wajar terjadi karena setiap kelompok sosial memiliki karakteristik kebahasaan yang berbeda. Salah satu bentuk variasi bahasa adalah dialek sosial atau sosiolek. Menurut Suandi (2014), sosiolek merupakan variasi bahasa yang muncul akibat perbedaan status sosial, kelompok sosial, usia, pendidikan, maupun lingkungan pergaulan penuturnya. Penggunaan bahasa oleh kalangan remaja, misalnya, sering kali ditandai oleh munculnya bahasa gaul, istilah populer, dan campuran berbagai kode bahasa. Zhou dan Fan (2013) menyebutkan bahwa campuran bahasa dapat dikategorikan sebagai bentuk sosiolek dan idiolek yang muncul akibat perbedaan latar belakang sosial maupun individu. Sementara itu, Fawaid et al. (2021) menjelaskan bahwa penggunaan bahasa gaul merupakan fenomena yang lazim dalam komunikasi remaja karena berfungsi sebagai penanda identitas kelompok sekaligus sarana membangun kedekatan sosial.

Masyarakat Sunda pada dasarnya merupakan masyarakat bilingual bahkan multilingual. Dalam kehidupan sehari-hari, penutur bahasa Sunda tidak hanya menggunakan bahasa daerah, tetapi juga bahasa Indonesia dan terkadang bahasa asing sesuai kebutuhan komunikasi. Suandi (2014) dan Sholihah (2018) menjelaskan bahwa bilingualisme merupakan kemampuan menggunakan dua bahasa secara bergantian dalam situasi tertentu. Sementara itu, multilingualisme mengacu pada kemampuan menggunakan lebih dari dua bahasa dalam aktivitas komunikasi (Anggraini, 2022). Kondisi tersebut menyebabkan terjadinya kontak bahasa yang intensif sehingga memunculkan berbagai gejala kebahasaan, termasuk campur kode. Pada akun Instagram @mahia_weh, penggunaan bahasa Sunda sering kali disertai sisipan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang muncul dalam bentuk kata, frasa, maupun ungkapan tertentu.

Campur kode menurut Kridalaksana dalam Suandi (2014) merupakan penggunaan unsur suatu bahasa ke dalam bahasa lain untuk memperkaya gaya bahasa atau ragam bahasa yang digunakan penutur. Unsur tersebut dapat berupa kata, frasa, klausa, maupun ungkapan tertentu. Suandi (2014) menambahkan bahwa campur kode terjadi ketika seorang penutur menggunakan satu bahasa sebagai bahasa utama, kemudian menyisipkan unsur bahasa lain dalam tuturan yang sama. Kemunculan campur kode dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemampuan berbahasa, kebiasaan berkomunikasi, kebutuhan ekspresi, prestise bahasa, maupun pengaruh lingkungan sosial. Dalam konteks media sosial, campur kode sering digunakan untuk menciptakan kesan modern, santai, dan lebih dekat dengan audiens yang beragam.

Selain mengkaji bentuk campur kode, penelitian ini juga memanfaatkan pendekatan linguistik korpus untuk menganalisis frekuensi penggunaan kosakata bahasa Sunda pada caption Instagram @mahia_weh. Linguistik korpus merupakan pendekatan penelitian bahasa yang memanfaatkan kumpulan data bahasa autentik untuk mengidentifikasi pola penggunaan bahasa secara empiris (Bennett, 2010; Cheng, 2011). Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran objektif mengenai frekuensi kemunculan kata tertentu dalam suatu korpus data. Dengan bantuan fitur konkordansi pada website Sketch Engine, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan bentuk campur kode yang muncul, tetapi juga mengidentifikasi kosakata bahasa Sunda yang paling sering digunakan dalam caption akun tersebut. Analisis tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai dinamika penggunaan bahasa Sunda di media sosial serta menunjukkan bagaimana bahasa daerah beradaptasi dengan perkembangan komunikasi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan karena memberikan kontribusi terhadap kajian sosiolinguistik, khususnya mengenai fenomena campur kode dalam media sosial berbahasa daerah. Penelitian ini berfokus pada identifikasi bentuk campur kode yang muncul pada caption Instagram @mahia_weh serta analisis frekuensi penggunaan kosakata bahasa Sunda dengan bantuan fitur konkordansi pada Sketch Engine. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai penggunaan bahasa Sunda di ruang digital, memberikan gambaran mengenai pola bilingualisme dan multilingualisme generasi muda, serta menjadi salah satu upaya dokumentasi perkembangan bahasa daerah di tengah arus globalisasi dan transformasi komunikasi digital yang terus berkembang.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek kajian berupa caption yang terdapat pada akun Instagram @mahia_weh. Akun tersebut dipilih karena secara konsisten menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa utama dalam unggahannya, namun juga menunjukkan adanya penggunaan unsur bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang berpotensi membentuk fenomena campur kode. Dengan demikian, akun tersebut dinilai relevan untuk dianalisis dalam kajian sosiolinguistik, khususnya terkait penggunaan campur kode pada media sosial.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran (mixed methods), yaitu perpaduan antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Penggunaan metode campuran dipilih karena penelitian tidak hanya berfokus pada deskripsi bentuk campur kode, tetapi juga menganalisis frekuensi penggunaan kosakata bahasa Sunda dalam data yang diteliti. Menurut Djadjasudarma (2010), penelitian bahasa dapat dilakukan dengan mengombinasikan beberapa pendekatan agar menghasilkan analisis yang lebih komprehensif. Selain itu, Mahsun (2017) menjelaskan bahwa pemilihan metode harus disesuaikan dengan tujuan penelitian dan karakteristik data yang dianalisis.

Data penelitian berupa caption yang diunggah pada akun Instagram @mahia_weh. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi terhadap caption yang mengandung unsur campur kode. Selanjutnya, data dikumpulkan dan diklasifikasikan berdasarkan bentuk kebahasaan yang muncul. Analisis kuantitatif dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi Sketch Engine sebagai perangkat bantu linguistik korpus untuk menghitung frekuensi penggunaan kosakata bahasa Sunda pada data penelitian. Penggunaan korpus dalam penelitian bahasa memungkinkan peneliti memperoleh data empiris mengenai pola penggunaan bahasa secara objektif dan sistematis (Bennett, 2010; Cheng, 2011). Melalui fitur konkordansi (concordance), peneliti dapat mengidentifikasi jumlah kemunculan kosakata tertentu dalam keseluruhan korpus data.

Sementara itu, analisis kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk campur kode yang ditemukan dalam caption Instagram @mahia_weh. Pengelompokan data dilakukan berdasarkan teori campur kode yang dikemukakan oleh Suandi (2014), yaitu campur kode ke dalam (inner code-mixing) dan campur kode ke luar (outer code-mixing). Hasil analisis kemudian disajikan secara deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai bentuk campur kode dan frekuensi penggunaan kosakata bahasa Sunda dalam komunikasi digital pada akun Instagram @mahia_weh.

3. Hasil dan Pembahasan

Data yang diperoleh akan dideskripsikan berdasarkan bentuk campur kode dan penghitungan jumlah frekuensi penggunaan kosakata bahasa Sunda pada caption Instagram @mahia_weh. Berikut adalah penjelasannya.

Bentuk Campur Kode pada Caption Instagram @mahia_weh Campur Kode ke Dalam (Inner Code-Mixing)

Bentuk campur kode ke dalam (inner code=mixing) yang ditemukan pada caption Instagram @mahia_weh, yakni sebanyak 8 data. Berikut pemaparannya.

1. .. *Sok ari ngarasa suka ka awéwé mah geura gerak manéh téh ...*
'Silahkan kalau merasa suka ke perempuan kamu cepet gerak'
2. .. *Sok ya Allah aku ménta bantuan méh ulah jomblo waé ...*
'Ya Allah aku minta bantuan supaya tidak jomblo terus'
3. .. *Kumaha atuh da kamu mah jelemana ogé cuek waé ...*

‘Bagaimana ini kan kamu orangnya cuek terus’

4. ... *Teuing ah asa jadi orang téh asa lalieur siamah ...*
‘Tidak tau lah perasaan kamu jadi orang kaya pusing’
5. ... *Kalau manéh ngarasa teu cocok, nya geus tinggalkeun waé ...*
‘Kalau kamu merasa tidak cocok, ya sudah tinggalkan saja’
6. .. *Perasaan nu sama kénéh jiga baheula ...*
‘Perasaan yang masih sama seperti dulu’
7. ... *Kalian mah ngeunah baroga kabogoh, lah aing? ...*
‘Kalian enak ada pacar, lah saya?’
8. .. *Mun dipikiran waé mah nyieun sakit kepala ah ...*
‘Kalau dipikirin terus bikin sakit kepala’

Berdasarkan hasil analisis terhadap caption Instagram @mahia_weh, ditemukan bentuk campur kode ke dalam (inner code-mixing) yang ditandai dengan masuknya unsur bahasa Indonesia ke dalam tuturan yang didominasi oleh bahasa Sunda. Menurut Suandi (2014), campur kode ke dalam terjadi ketika unsur bahasa yang berasal dari bahasa yang masih berada dalam lingkungan kebahasaan nasional disisipkan ke dalam bahasa utama yang digunakan penutur. Dalam penelitian ini, bahasa Sunda berfungsi sebagai bahasa dasar, sedangkan bahasa Indonesia menjadi bahasa penyisip yang muncul dalam bentuk kata maupun frasa. Fenomena tersebut menunjukkan adanya kontak bahasa yang intensif antara bahasa Sunda dan bahasa Indonesia sebagai konsekuensi dari masyarakat yang bersifat bilingual (Sholihah, 2018; Suandi, 2014).

Pada data (1), ditemukan penyisipan kata suka dalam caption berbahasa Sunda. Kata suka merupakan kosakata bahasa Indonesia yang tergolong ke dalam kelas kata adjektiva. Dalam bahasa Sunda, padanan yang lebih tepat adalah kata resep. Kehadiran kata suka menunjukkan bahwa penutur lebih memilih menggunakan kosakata yang dianggap lebih umum dan mudah dipahami oleh audiens yang lebih luas. Penggunaan kata tersebut memperlihatkan adanya kecenderungan penutur media sosial untuk menyederhanakan pilihan bahasa agar dapat diterima oleh pengguna dengan latar belakang bahasa yang beragam. Temuan ini sejalan dengan pendapat Amri dan Putri (2019) bahwa pemilihan bahasa dalam interaksi sosial dipengaruhi oleh kebutuhan komunikasi dan karakteristik mitra tutur.

Pada data (2), ditemukan penggunaan kata aku dalam kalimat berbahasa Sunda. Kata aku merupakan pronomina persona pertama tunggal dalam bahasa Indonesia. Dalam bahasa Sunda terdapat beberapa padanan, seperti abdi, kuring, atau aing, yang penggunaannya disesuaikan dengan tingkat tutur dan konteks sosial. Munculnya kata aku menunjukkan adanya pergeseran pilihan pronomina dari bahasa daerah menuju bahasa nasional. Fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi bahasa yang dipengaruhi oleh kebiasaan berkomunikasi di media sosial. Rahmawati et al. (2022) menjelaskan bahwa ruang publik virtual memungkinkan terjadinya penyederhanaan penggunaan bahasa karena pengguna berusaha menciptakan komunikasi yang lebih cepat dan praktis.

Pada data (3), ditemukan penyisipan kata kamu dalam caption yang dominan menggunakan bahasa Sunda. Kata tersebut tergolong pronomina persona kedua tunggal yang dalam bahasa Sunda memiliki padanan manéh. Penggunaan kata kamu memperlihatkan adanya kecenderungan penggunaan bentuk sapaan yang lebih populer dan lebih sering digunakan dalam komunikasi digital. Penggunaan pronomina dari bahasa Indonesia dapat meningkatkan keterpahaman pesan bagi audiens yang tidak seluruhnya merupakan penutur aktif bahasa Sunda. Fenomena ini memperlihatkan bahwa media sosial menjadi ruang pertemuan berbagai komunitas bahasa sehingga mendorong munculnya variasi bahasa yang lebih fleksibel (Dahniar & Sulistyawati, 2023).

Pada data (4), ditemukan penggunaan kata orang yang disisipkan ke dalam tuturan berbahasa Sunda. Kata orang termasuk kategori nomina dasar dan memiliki padanan bahasa Sunda berupa jelema. Meskipun padanan lokal tersedia, penutur tetap memilih menggunakan kata orang. Hal ini menunjukkan adanya dominasi bahasa Indonesia dalam komunikasi sehari-hari masyarakat Indonesia, termasuk di kalangan penutur bahasa Sunda. Kondisi tersebut sesuai dengan hasil penelitian Wagiaty et al. (2022) yang menyatakan bahwa bahasa Sunda masih digunakan secara aktif, tetapi mengalami pengaruh yang cukup besar dari bahasa Indonesia akibat perkembangan media dan teknologi komunikasi.

Pada data (5), ditemukan penggunaan kata kalau dalam caption berbahasa Sunda. Kata ini termasuk adverbial dasar yang berfungsi sebagai penanda hubungan syarat atau kondisi. Dalam bahasa Sunda, padanan yang sesuai adalah mun. Penggunaan kata kalau menunjukkan bahwa unsur bahasa Indonesia telah menjadi bagian yang sangat akrab dalam percakapan sehari-hari masyarakat bilingual. Kehadiran unsur tersebut tidak mengubah makna tuturan secara signifikan, tetapi memperlihatkan adanya proses pencampuran kode yang terjadi secara spontan. Menurut

Suandi (2014), salah satu penyebab campur kode adalah kebiasaan penutur menggunakan lebih dari satu bahasa secara bergantian sehingga batas penggunaan masing-masing bahasa menjadi semakin fleksibel.

Pada data (6), ditemukan penyisipan kata sama yang digunakan dalam kalimat berbahasa Sunda. Kata tersebut termasuk adverbial dan memiliki padanan sarua dalam bahasa Sunda. Penggunaan kata sama menunjukkan bahwa kosakata bahasa Indonesia lebih dominan digunakan dalam komunikasi sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan tingginya intensitas penggunaan bahasa Indonesia dalam pendidikan formal, media massa, dan media sosial. Akibatnya, beberapa kosakata bahasa Indonesia lebih mudah diakses dalam memori penutur dibandingkan padanan bahasa daerahnya. Tarihora et al. (2022) menjelaskan bahwa media sosial mempercepat proses pertukaran bahasa sehingga memperbesar kemungkinan munculnya bentuk-bentuk campuran dalam komunikasi digital.

Pada data (7), ditemukan penggunaan kata *kalian* yang termasuk pronomina persona kedua jamak. Dalam bahasa Sunda, kata tersebut memiliki padanan *maraneh*. Kehadiran kata *kalian* menunjukkan bahwa unsur bahasa Indonesia digunakan untuk menciptakan komunikasi yang lebih universal. Penggunaan pronomina bahasa Indonesia juga dapat mengurangi perbedaan tingkat tutur yang terdapat dalam bahasa Sunda. Dalam konteks media sosial, penutur cenderung memilih bentuk bahasa yang dianggap netral dan mudah dipahami oleh seluruh pengikut akun. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mewengkang dan Fansury (2021) yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial sering mengombinasikan berbagai bahasa untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

Pada data (8), ditemukan penyisipan frasa sakit kepala dalam caption yang menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa utama. Frasa tersebut terdiri atas dua unsur bahasa Indonesia dan dalam bahasa Sunda dapat digantikan dengan frasa *nyeuiri sirah*. Berbeda dengan data sebelumnya yang berupa kata tunggal, data ini menunjukkan bahwa campur kode tidak hanya terjadi pada tingkat leksikal, tetapi juga pada tingkat frasa. Menurut Kridalaksana dalam Suandi (2014), campur kode dapat berbentuk kata, frasa, klausa, maupun ungkapan tertentu. Penggunaan frasa sakit kepala memperlihatkan bahwa penutur tidak hanya meminjam satu unsur bahasa, tetapi juga memanfaatkan konstruksi bahasa Indonesia secara utuh dalam tuturan bahasa Sunda.

Secara keseluruhan, delapan data tersebut menunjukkan bahwa bentuk campur kode ke dalam mendominasi penggunaan bahasa pada caption Instagram @mahia_weh. Dominasi campur kode ke dalam mengindikasikan bahwa bahasa Indonesia memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap penggunaan bahasa Sunda di media sosial. Kondisi ini tidak terlepas dari posisi bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional yang digunakan dalam pendidikan, pemerintahan, media massa, dan komunikasi antardaerah. Akibatnya, penutur bahasa Sunda cenderung lebih mudah menyisipkan unsur bahasa Indonesia ke dalam tuturan mereka dibandingkan mempertahankan penggunaan kosakata Sunda secara penuh.

Dari sudut pandang sosiolinguistik, fenomena tersebut menunjukkan adanya hubungan erat antara bahasa dan lingkungan sosial penutur. Suandi (2014) menjelaskan bahwa variasi bahasa muncul karena adanya perbedaan latar belakang sosial, usia, pendidikan, dan komunitas pengguna bahasa. Dalam konteks akun Instagram @mahia_weh, penggunaan campur kode dapat dipahami sebagai strategi komunikasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa menghilangkan identitas lokal yang diwakili oleh bahasa Sunda. Campur kode memungkinkan penutur mempertahankan nuansa kedaerahan sekaligus menyesuaikan diri dengan kebiasaan komunikasi masyarakat digital.

Selain itu, penggunaan campur kode juga berkaitan dengan identitas sosial generasi muda. Fawaid et al. (2021) menjelaskan bahwa bahasa gaul dan bentuk campuran bahasa sering digunakan sebagai simbol keanggotaan kelompok tertentu. Dalam media sosial, penggunaan campur kode dapat menciptakan kesan modern, santai, dan dekat dengan audiens. Oleh karena itu, keberadaan unsur bahasa Indonesia dalam caption berbahasa Sunda tidak selalu menunjukkan penurunan kemampuan berbahasa daerah, tetapi juga dapat dipandang sebagai bentuk kreativitas linguistik yang berkembang dalam masyarakat digital.

Temuan penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa media sosial merupakan ruang yang sangat produktif bagi munculnya fenomena campur kode (Rahmawati et al., 2022; Dahniar & Sulistyawati, 2023). Kehadiran campur kode pada akun Instagram @mahia_weh menunjukkan bahwa bahasa Sunda tetap digunakan sebagai identitas utama, tetapi mengalami adaptasi melalui penyisipan unsur bahasa Indonesia yang dianggap lebih familiar bagi pengguna media sosial. Dengan demikian, fenomena campur kode yang ditemukan dalam penelitian ini merupakan bentuk nyata dari dinamika bahasa yang berkembang di era digital serta mencerminkan proses negosiasi identitas antara bahasa daerah, bahasa nasional, dan kebutuhan komunikasi masyarakat modern.

Campur Kode ke Luar (Outer Code-Mixing)

Bentuk campur kode ke luar (outer code-mixing) yang ditemukan pada caption Instagram @mahia_weh terdiri atas penyisipan unsur bahasa Inggris ke dalam tuturan yang didominasi oleh bahasa Sunda. Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan dua bentuk campur kode ke luar, yaitu penggunaan kata *share* dan *people*. Kedua kata tersebut menunjukkan adanya pengaruh bahasa asing dalam komunikasi digital yang dilakukan oleh pemilik akun. Menurut Suandi (2014), campur kode ke luar terjadi ketika penutur menyisipkan unsur bahasa asing ke dalam bahasa yang sedang digunakan sebagai bahasa utama. Fenomena tersebut umum ditemukan pada masyarakat

bilingual maupun multilingual yang memiliki kontak intensif dengan bahasa lain melalui media sosial, pendidikan, maupun budaya populer. Berikut pemaparannya.

9. .. *Tong hilap nya share postinganna ...*
'Jangan lupa ya share postingannya'

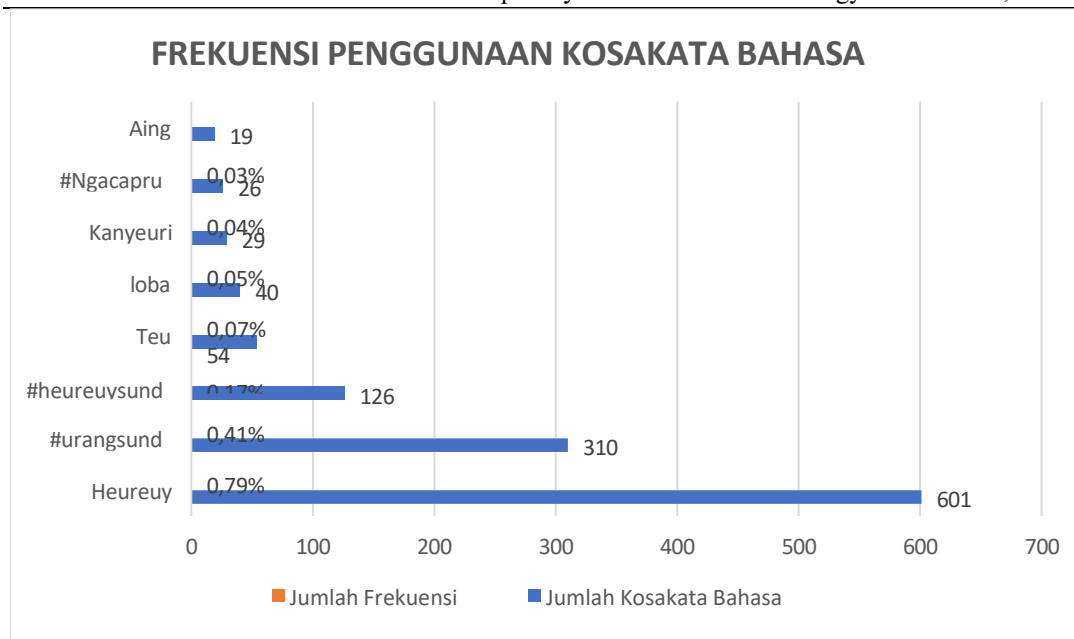
10. ... *Geus teu aneh people ayeunamah araranéh euy ...*
'Sudah tidak aneh people sekarang aneh-aneh'

Pada data (9), ditemukan penggunaan kata share pada kalimat "Tong hilap nya share postinganna". Kata share merupakan kosakata bahasa Inggris yang berkategori verba dasar dan digunakan untuk menyatakan tindakan membagikan suatu unggahan kepada pengguna lain. Dalam bahasa Indonesia, kata tersebut memiliki padanan "bagikan", sedangkan dalam bahasa Sunda dapat dipadankan dengan kata bagikeun. Meskipun demikian, penutur tetap memilih menggunakan kata share karena istilah tersebut telah menjadi bagian dari kosakata yang sangat populer dalam komunikasi media sosial. Penggunaan kata share menunjukkan bahwa bahasa Inggris memiliki prestise tertentu dalam komunikasi digital dan sering dianggap lebih praktis serta mudah dipahami oleh pengguna media sosial dari berbagai latar belakang bahasa.

Fenomena tersebut sejalan dengan pendapat Tarihora et al. (2022) yang menyatakan bahwa media sosial mempercepat proses pencampuran bahasa karena pengguna terpapar berbagai bahasa secara simultan dalam ruang digital. Selain itu, Mewengkang dan Fansury (2021) menjelaskan bahwa penggunaan unsur bahasa Inggris dalam media sosial sering kali dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan budaya komunikasi global yang berkembang di internet. Dengan demikian, penggunaan kata share pada caption Instagram @mahia_weh tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga mencerminkan adaptasi bahasa Sunda terhadap perkembangan teknologi dan budaya digital.

Pada data (10), ditemukan penggunaan kata people dalam kalimat "Geus teu aneh people ayeunamah araranéh euy". Kata people merupakan nomina dasar dalam bahasa Inggris yang berarti "orang" atau "masyarakat". Dalam konteks bahasa Sunda, kata tersebut dapat digantikan dengan kata jelema. Akan tetapi, penutur memilih menggunakan kata people untuk memberikan variasi bahasa dan menciptakan kesan yang lebih santai, modern, serta dekat dengan gaya komunikasi generasi muda. Penggunaan kata tersebut menunjukkan adanya kecenderungan penutur media sosial untuk memadukan bahasa daerah dengan bahasa asing sebagai bentuk kreativitas berbahasa.

Menurut Zhou dan Fan (2013), campuran bahasa dalam komunikasi modern dapat berfungsi sebagai penanda identitas sosial sekaligus menunjukkan keanggotaan seseorang dalam kelompok tertentu. Pendapat tersebut didukung oleh Fawaid et al. (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan unsur bahasa asing dalam tuturan remaja merupakan bagian dari perkembangan bahasa gaul yang berkembang sesuai kebutuhan komunikasi dan lingkungan pergaulan. Oleh karena itu, penggunaan kata people dalam caption Instagram @mahia_weh dapat dipahami sebagai strategi linguistik untuk membangun kedekatan dengan audiens muda yang akrab dengan bahasa Inggris. Secara keseluruhan, temuan campur kode ke luar pada akun Instagram @mahia_weh menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang yang mendorong terjadinya kontak bahasa secara intensif. Penggunaan kata share dan people memperlihatkan bagaimana bahasa Sunda berinteraksi dengan bahasa Inggris dalam komunikasi digital. Fenomena ini mengindikasikan bahwa perkembangan teknologi dan media sosial tidak hanya memengaruhi cara masyarakat berkomunikasi, tetapi juga memengaruhi dinamika penggunaan bahasa daerah dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini sekaligus memperkuat pandangan bahwa campur kode merupakan salah satu bentuk adaptasi bahasa terhadap perubahan sosial dan perkembangan budaya komunikasi digital kontemporer (Suandi, 2014; Amri & Putri, 2019).



Setelah menganalisis dan menghitung frekuensi penggunaan kosakata bahasa Sunda dengan menggunakan fitur kordondansi pada *website sketch engine*, ditemukan 8 data kosakata dalam caption Instagram @mahia_weh. Berikut penjelasannya.

Pada kata **heureuy** ditemukan jumlah penggunaan kosakata bahasa Sunda sebanyak 600 kata dengan frekuensi sebesar 0,79%. Kata *heureuy* dalam bahasa Indonesia yakni **bercanda**. Pada kata **#urangsunda** ditemukan jumlah penggunaan kosakata bahasa Sunda sebanyak 310 kata dengan frekuensi sebesar 0,41%. Kata *#urangsunda* dalam bahasa Indonesia yakni **orang Sunda**.

Pada kata **#heureuysunda** ditemukan jumlah penggunaan kosakata bahasa Sunda sebanyak 126 kata dengan frekuensi sebesar 0,17%. Kata *#heureuysunda* dalam bahasa Indonesia yakni **bercanda Sunda**. Pada kata **teu** ditemukan jumlah penggunaan kosakata bahasa Sunda sebanyak 54 kata dengan frekuensi sebesar 0,07%. Kata *teu* dalam bahasa Indonesia yakni **tidak**.

Pada kata **loba** ditemukan jumlah penggunaan kosakata bahasa Sunda sebanyak 40 kata dengan frekuensi sebesar 0,05%. Kata *loba* dalam bahasa Indonesia yakni **banyak**. Pada kata **kanyeyuri** ditemukan jumlah penggunaan kosakata bahasa Sunda sebanyak 29 kata dengan frekuensi sebesar 0,04%. Kata *kanyeyuri* dalam bahasa Indonesia yakni **sakit**.

Pada kata **ngacapruk** ditemukan jumlah penggunaan kosakata bahasa Sunda sebanyak 26 kata dengan frekuensi sebesar 0,03%. Kata *ngacapruk* dalam bahasa Indonesia yakni **mengasal**. Pada kata **aing** ditemukan jumlah penggunaan kosakata bahasa Sunda sebanyak 19 kata dengan frekuensi sebesar 0,03%. Kata *aing* dalam bahasa Indonesia yakni **saya**.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian ini membuktikan adanya bentuk campur kode, yakni campur kode ke dalam (*inner code-mixing*) dan campur kode ke luar (*outer code-mixing*). Selain itu, ditemukan jumlah penghitungan frekuensi penggunaan kosakata bahasa Sunda dengan menggunakan *sketch engine*, yakni kosakata *heureuy*, *heureuy Sunda*, *teu*, *loba*, *kanyeyuri*, *ngacapruk*, dan *aing*.

Reference

- Aisyah, D. L. (2021). Proses Pembentukan Kata Dan Makna Bahasa Gaul Pada Fans Wang Yibo Di Media Sosial Weibo Periode 2020. *Jurnal Mandarin Unesa*, 3(2).
- Amri, Y. K., & Putri, N. E. (2019). Kajian Sociolinguistik: Penggunaan Bahasa Dalam Perspektif Masyarakat Dan Budaya. *Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 13(2), 115–126.
- Anggraini, N. A. (2022). Campur Kode Pada Tayangan Youtube Wawancara Najwa Shihab Dengan Maudy Ayunda. *Basastra: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*.
- Bennett, G. R. (2010). *Using Corpora In The Language Learning Classroom: Corpus Linguistics For Teachers*. University Of Michigan Press.
- Cheng, W. (2011). *Exploring Corpus Linguistics: Language In Action* (1st Ed.). Routledge.
- Dahniar, D., & Sulistyawati, H. (2023). Fenomena Campur Kode Pada Media Sosial Dan Implikasinya Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 11(1), 45–56.
- Djadjasudarma, T. F. (2010). *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian Dan Kajian*. PT Refika Aditama.
- Fawaid, M., Kusumaningsih, D., & Wulandari, R. (2021). Penggunaan Bahasa Gaul Dalam Komunikasi Remaja Di Media Sosial. *Jurnal Linguistik Indonesia*, 39(2), 153–165.
- Mahsun. (2017). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, Dan Tekniknya*. Rajagrafindo Persada.

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9963>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- Mewengkang, A., & Fansury, A. H. (2021). Code Mixing And Code Switching In Social Media Communication Among Indonesian Youth. *Journal Of Language And Literature Studies*, 5(1), 32–41.
- Priyono. (2016). Proyek Penggunaan Korpus Untuk Studi Kebahasaan Dan Proses Pembelajaran Bahasa Kedua. *Ilmu Pendidikan*.
- Rahmawati, N., Suryadi, S., & Hidayat, T. (2022). Penggunaan Bahasa Di Ruang Publik Virtual: Kajian Sociolinguistik Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 12(2), 87–98.
- Suandi, I. N. (2014). *Sociolinguistik*. Graha Ilmu.
- Tarihoran, K., Simatupang, E. C., & Purba, R. (2022). Media Sosial Dan Evolusi Bahasa: Analisis Campur Kode Dalam Komunikasi Digital. *Jurnal Linguistik Terapan*, 8(1), 22–34.
- Wagiati, W., Riyanto, S., & Hidayat, D. (2022). Eksistensi Bahasa Sunda Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Dalam Media Sosial. *Lokabasa*, 13(1), 1–12.