

ANALISIS PENGGUNAAN CAMPUR KODE DALAM VLOG DAILY DI PLATFORM TIKTOK

Rahayu Widiawanti¹, Siti Ulfatul Muzayyanah², Sonya Trikandi³, Vicky
Hidantikarnillah⁴

^{1,2,3,4}Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Tangerang Raya

¹rahayu.widiawanti13@gmail.com, ²ulfatulmzynh@gmail.com,

³sonyatrikandi28@gmail.com, ⁴vickykarnillah12@gmail.com.

ABSTRACT

This study aims to analyze the use of code-mixing and code-switching in daily vlogs uploaded to the TikTok platform. The phenomenon of using more than one language in digital communication is increasingly common, particularly in social media content targeting diverse audiences. This research employs a qualitative descriptive approach, utilizing data collection techniques that involve observing and recording utterances containing elements of code-mixing and code-switching within TikTok vlogs. The data are analyzed based on the forms and types of these phenomena, as well as the factors influencing their occurrence. The findings are expected to demonstrate that the use of these linguistic phenomena serves not only as a means of communication but also as a strategy to express identity, reinforce messages, enhance content appeal, and adapt to the characteristics of social media audiences. This study is expected to contribute to the field of sociolinguistics, specifically regarding language use in digital communication on the TikTok platform.

Keywords: code-mixing, code-switching, sociolinguistics, TikTok, daily vlog.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan pencampuran kode (code mixing) dan pengalihan kode (code switching) dalam vlog harian (daily vlog) yang diunggah di platform TikTok. Fenomena penggunaan lebih dari satu bahasa dalam komunikasi digital semakin sering ditemukan, terutama pada konten media sosial yang ditujukan untuk audiens yang beragam. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan pencatatan tuturan yang mengandung unsur pencampuran kode dan pengalihan kode dalam vlog TikTok. Data dianalisis berdasarkan bentuk, jenis, serta faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya pencampuran dan pengalihan kode. Hasil penelitian diharapkan dapat menunjukkan bahwa penggunaan kedua fenomena kebahasaan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai strategi untuk mengekspresikan identitas, memperkuat pesan, meningkatkan daya tarik konten, serta menyesuaikan diri dengan karakteristik audiens di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian sosiolinguistik, khususnya mengenai penggunaan bahasa dalam komunikasi digital pada platform TikTok.

Kata Kunci: *pencampuran kode, pengalihan kode, sosiolinguistik, TikTok, vlog harian.*

A. Pendahuluan

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan manusia untuk menyampaikan gagasan, informasi, dan perasaan kepada orang lain. Seiring perkembangan zaman, penggunaan bahasa tidak hanya berlangsung dalam interaksi tatap muka, tetapi juga melalui media digital. Kemajuan teknologi informasi dan internet telah mengubah pola komunikasi masyarakat menjadi lebih cepat, terbuka, dan interaktif. Media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam proses pertukaran informasi tersebut. (Saragih et al., n.d.) menyatakan bahwa perkembangan teknologi memiliki peran penting dalam kehidupan manusia, salah satunya sebagai media komunikasi dan penyebaran berbagai informasi.

Salah satu media sosial yang mengalami perkembangan pesat adalah TikTok. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan video pendek dengan berbagai jenis konten, seperti hiburan, edukasi, promosi, hingga daily vlog yang menampilkan aktivitas sehari-hari. Popularitas TikTok menjadikannya sebagai ruang komunikasi digital yang banyak dimanfaatkan oleh generasi muda untuk mengekspresikan diri, berbagi pengalaman, serta membangun

interaksi dengan audiens. Kondisi tersebut menyebabkan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi ruang munculnya berbagai fenomena kebahasaan.

Salah satu fenomena kebahasaan yang sering ditemukan dalam konten TikTok adalah penggunaan lebih dari satu bahasa dalam satu tuturan. Dalam kajian sosiolinguistik, gejala tersebut dikenal sebagai alih kode (code switching) dan campur kode (code mixing). Chaer dan Agustina (2010) menjelaskan bahwa alih kode merupakan peralihan penggunaan bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain yang terjadi karena adanya perubahan situasi, topik, atau lawan tutur, sedangkan campur kode merupakan penyisipan unsur-unsur bahasa lain ke dalam bahasa utama tanpa disertai perubahan situasi tutur. Dalam masyarakat bilingual maupun multilingual, kedua fenomena tersebut merupakan hal yang wajar karena penutur memiliki kemampuan menggunakan lebih dari satu bahasa dalam aktivitas komunikasi sehari-hari. (Mewengkang & Fansury, 2021) menjelaskan bahwa penggunaan campur kode dan alih kode pada media sosial dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti perubahan topik, keterbatasan kosakata, kemampuan bilingual atau

multilingual, latihan berbahasa, serta tren penggunaan bahasa di media sosial. Selain itu, (Triandi et al., 2026) menyatakan bahwa alih kode dan campur kode dipengaruhi oleh konteks percakapan, latar belakang budaya penutur, kebiasaan berbahasa, kehadiran partisipan lain, serta situasi komunikasi yang berlangsung. Fenomena tersebut tidak dapat dipandang sebagai penyimpangan berbahasa, melainkan sebagai strategi linguistik yang digunakan untuk mencapai efektivitas komunikasi.

Media sosial juga menjadi sarana bagi generasi muda untuk membangun identitas diri dan menjalin kedekatan dengan audiens. Melalui pilihan bahasa yang digunakan, kreator dapat menunjukkan karakter, latar sosial, serta kedekatan budaya dengan pengikutnya. Pilihan bahasa tersebut sering kali dipengaruhi oleh tujuan komunikasi, karakteristik audiens, tren bahasa yang berkembang, serta upaya menciptakan kesan tertentu dalam penyampaian pesan. Oleh karena itu, penggunaan campur kode dan alih kode pada media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai representasi identitas sosial penuturnya.

Penelitian ini memfokuskan kajian pada konten daily vlog milik kreator TikTok @jennifer.coppen. Konten tersebut dipilih karena dalam unggahan daily vlog-nya ditemukan

penggunaan bahasa Indonesia yang dipadukan dengan bahasa Inggris secara konsisten dalam berbagai situasi komunikasi. Selain itu, kreator tersebut memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak sehingga penggunaan bahasanya berpotensi memengaruhi kebiasaan berbahasa audiens, khususnya generasi muda. Konten daily vlog juga dipilih karena menampilkan tuturan yang lebih spontan dan alami dibandingkan jenis konten lain, sehingga memungkinkan ditemukannya berbagai bentuk campur kode dan alih kode dalam konteks komunikasi digital sehari-hari. Dengan demikian, konten tersebut dinilai relevan untuk mengkaji fenomena penggunaan bahasa pada media sosial masa kini.

Penelitian mengenai alih kode dan campur kode pada media sosial telah banyak dilakukan. (Triandi et al., 2026) dalam penelitian berjudul *Code Switching and Code Mixing in Workplace Communication: Implications for Educational Management and Professional Development* menemukan adanya dua bentuk alih kode dan tiga bentuk campur kode dalam komunikasi di lingkungan kerja. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan alih kode dan campur kode dipengaruhi oleh konteks percakapan, latar belakang budaya penutur, kebiasaan berbahasa, kehadiran partisipan lain, serta tingkat formalitas situasi komunikasi.

Selanjutnya, (Mewengkang & Fansury, 2021) melalui penelitian berjudul *Writing Daily Status on Social Media:*

Code-Mixing and Code-Switching Phenomena: A Literature Review menemukan bahwa penggunaan campur kode dan alih kode pada media sosial dipengaruhi oleh perubahan topik, keterbatasan kosakata, kemampuan bilingual atau multilingual, latihan berbahasa, serta tren penggunaan bahasa. Namun, penelitian tersebut menggunakan metode studi pustaka sehingga tidak menganalisis data tuturan secara langsung dari pengguna media sosial.

Penelitian lain dilakukan oleh (Daulay et al., 2024) dengan judul *Code Switching in the Social Media Era: A Linguistic Analysis of Instagram and TikTok Users*. Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga jenis alih kode, yaitu tag switching, inter-sentential switching, dan intra-sentential switching. Selain itu, ditemukan beberapa faktor penyebab terjadinya alih kode, seperti peralihan topik, prestise, bilingualisme, keterbatasan kosakata, dan tren berbahasa. Akan tetapi, penelitian tersebut hanya berfokus pada kolom komentar pengguna Instagram dan TikTok serta belum mengkaji tuturan kreator dalam konten daily vlog.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, terdapat perbedaan dengan penelitian ini. Penelitian (Trihandi et al., 2026) berfokus pada komunikasi di lingkungan kerja, (Mewengkang &

Fansury, 2021) menggunakan pendekatan studi pustaka terhadap fenomena campur kode dan alih kode pada media sosial secara umum, sedangkan (Daulay et al., 2024) mengkaji alih kode pada komentar pengguna Instagram dan TikTok. Adapun penelitian ini secara khusus menganalisis penggunaan campur kode dan alih kode dalam tuturan kreator pada konten daily vlog TikTok. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai bentuk-bentuk campur kode dan alih kode serta faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaannya dalam komunikasi digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk campur kode dan alih kode yang digunakan oleh kreator TikTok dalam konten daily vlog serta mengidentifikasi faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian sosiolinguistik, khususnya mengenai penggunaan bahasa pada media sosial di era digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan

untuk mendeskripsikan serta menganalisis penggunaan campur kode (code mixing) dan alih kode (code switching) dalam tuturan kreator TikTok pada konten daily vlog. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, baik lisan maupun tulisan, untuk memahami suatu fenomena berdasarkan konteks alamiahnya. Selain itu, penelitian ini menggunakan jenis analisis isi (content analysis) karena analisis isi dinilai mampu mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menafsirkan pesan kebahasaan yang terdapat dalam suatu media. Sumber data dalam penelitian ini adalah video daily vlog yang diunggah oleh akun TikTok @jennifer.coppen. Akun tersebut dipilih karena kreatornya aktif membagikan aktivitas sehari-hari dengan tuturan yang spontan dan komunikatif. Dalam beberapa unggahannya ditemukan penggunaan bahasa Indonesia yang dipadukan dengan bahasa Inggris sehingga memunculkan fenomena campur kode dan alih kode yang relevan dengan fokus penelitian. Data penelitian berupa tuturan yang mengandung unsur campur kode dan alih kode dalam video tersebut. Data diambil

dari 1 video daily vlog akun TikTok @jennifer.coppen yang dipilih secara purposif berdasarkan kriteria adanya penggunaan lebih dari satu bahasa dalam tuturan kreator. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik simak dan teknik catat. Peneliti menyimak secara cermat satu video yang menjadi sumber data, kemudian mentranskripsikan seluruh tuturan yang mengandung campur kode dan alih kode. Data yang telah ditranskripsikan selanjutnya dicatat dan dikelompokkan berdasarkan bentuk serta faktor penyebab penggunaannya. Untuk menjaga kebahasaan data, penelitian ini menggunakan triangulasi teori dengan membandingkan hasil analisis berdasarkan teori campur kode dan alih kode serta penelitian terdahulu yang relevan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis isi (content analysis) terhadap satu video daily vlog akun TikTok @jennifer.coppen, ditemukan adanya penggunaan campur kode (code mixing) dalam tuturan kreator. Campur kode tersebut ditunjukkan melalui penyisipan kata dan frasa bahasa Inggris ke dalam tuturan berbahasa Indonesia. Penggunaan unsur bahasa

Inggris muncul secara spontan ketika kreator menyampaikan aktivitas sehari-hari, memberikan informasi, serta berinteraksi dengan audiens. Temuan ini menunjukkan bahwa pencampuran bahasa menjadi salah satu strategi komunikasi yang digunakan kreator untuk menyampaikan pesan secara lebih menarik dan komunikatif. Adapun data campur kode yang ditemukan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Campur Kode dalam Konten Daily Vlog Akun TikTok @jennifer.coppen

No	Data Tuturan	Bentuk Campur Kode
1	Let's get ready with me	Frasa
2	is day 3 or day 4	Frasa
3	shopping and everything	Frasa
4	tips and tricks	Frasa
5	stay tuned	Frasa

Berdasarkan Tabel 1, ditemukan lima data campur kode yang digunakan oleh kreator dalam video yang dianalisis. Seluruh data berupa penyisipan frasa bahasa Inggris ke dalam tuturan yang didominasi oleh bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Inggris tersebut tidak mengubah bahasa utama yang digunakan dalam komunikasi,

melainkan hanya berfungsi sebagai unsur tambahan untuk memperjelas atau memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Campur kode terjadi ketika unsur-unsur suatu bahasa disisipkan ke dalam bahasa lain tanpa adanya perubahan situasi tutur. Oleh karena itu, data yang ditemukan dalam penelitian ini termasuk ke dalam kategori campur kode.

Data pertama berupa frasa Let's get ready with me. Frasa tersebut digunakan kreator pada awal video untuk mengajak audiens mengikuti aktivitas yang akan dilakukan. Penggunaan frasa bahasa Inggris tersebut menunjukkan adanya kecenderungan penggunaan istilah yang populer di media sosial. Selain memberikan kesan santai dan akrab, frasa tersebut juga lebih sering digunakan oleh kreator konten sehingga mudah dipahami oleh audiens.

Data berikutnya ditemukan pada tuturan is day 3 or day 4. Frasa tersebut disisipkan di tengah tuturan berbahasa Indonesia ketika kreator menjelaskan aktivitas yang sedang dijalani. Penggunaan frasa bahasa Inggris tersebut menunjukkan adanya pengaruh bilingualisme dalam komunikasi digital. Kreator memilih menggunakan bahasa Inggris untuk menyampaikan informasi tertentu karena dianggap lebih praktis dan sesuai dengan gaya komunikasi yang berkembang di media sosial.

Campur kode juga ditemukan pada penggunaan frasa shopping and everything, tips and tricks, dan stay

tuned. Ketiga frasa tersebut merupakan ungkapan yang cukup umum digunakan dalam media sosial, khususnya pada konten lifestyle dan daily vlog. Penggunaan frasa-frasa tersebut menunjukkan bahwa bahasa Inggris tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai bagian dari identitas dan gaya bahasa kreator. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Mewengkang & Fansury, 2021) yang menyatakan bahwa penggunaan campur kode pada media sosial dipengaruhi oleh kemampuan bilingual, kebiasaan berbahasa, serta tren penggunaan bahasa dalam komunikasi digital. Pengguna media sosial cenderung memadukan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris untuk menciptakan komunikasi yang lebih ekspresif dan menarik.

Berdasarkan hasil analisis, terdapat beberapa faktor yang melatarbelakangi penggunaan campur kode dalam konten daily vlog akun TikTok @jennifer.coppen. Faktor pertama adalah kebiasaan berbahasa yang terbentuk melalui penggunaan media sosial dan lingkungan bilingual. Faktor kedua adalah pengaruh tren komunikasi digital yang menjadikan bahasa Inggris sebagai bagian dari gaya komunikasi modern. Faktor ketiga adalah efektivitas komunikasi, karena beberapa istilah bahasa Inggris dianggap lebih ringkas dan lebih mudah dipahami dibandingkan padanannya dalam bahasa Indonesia. Selain itu, penggunaan bahasa Inggris juga dapat memberikan kesan modern, santai, dan dekat dengan

audiens yang sebagian besar merupakan pengguna aktif media sosial.

Temuan penelitian ini mendukung penelitian (Triandis et al., 2026) yang menyatakan bahwa penggunaan campur kode dipengaruhi oleh kebiasaan berbahasa, konteks percakapan, dan situasi komunikasi yang berlangsung. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Daulay et al., 2024) yang menunjukkan bahwa penggunaan lebih dari satu bahasa dalam media sosial dipengaruhi oleh faktor bilingualisme, tren bahasa, dan kebutuhan komunikasi digital. Namun, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu karena berfokus pada penggunaan campur kode dalam tuturan kreator pada konten daily vlog TikTok. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran mengenai bagaimana pencampuran bahasa digunakan sebagai strategi komunikasi dalam media sosial untuk membangun kedekatan dengan audiens serta meningkatkan efektivitas penyampaian pesan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa dalam konten daily vlog TikTok @jennifer.coppen menunjukkan adanya fenomena campur kode (code mixing) antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Dari satu video yang dianalisis ditemukan lima data campur kode yang seluruhnya berbentuk frasa bahasa Inggris, yaitu Let's get ready with me, is day 3 or day 4, shopping and everything, tips and tricks, serta stay tuned. Penggunaan unsur bahasa Inggris tersebut tidak mengubah bahasa utama yang digunakan, melainkan berfungsi untuk memperjelas pesan, memberikan kesan komunikatif, serta mengikuti gaya bahasa yang berkembang di media sosial.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan campur kode dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kebiasaan berbahasa dalam lingkungan bilingual, tren komunikasi digital, dan efektivitas komunikasi. Selain itu, penggunaan bahasa Inggris menjadi salah satu strategi kreator dalam membangun identitas, menciptakan kedekatan dengan audiens, serta menyampaikan pesan secara lebih menarik dan mudah dipahami.

Dengan demikian, fenomena campur kode dalam konten daily vlog TikTok tidak dapat dipandang sebagai penyimpangan berbahasa, melainkan sebagai bentuk strategi komunikasi yang mencerminkan dinamika

penggunaan bahasa di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian sosiolinguistik, khususnya mengenai penggunaan campur kode pada media sosial, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan cakupan data yang lebih luas dan melibatkan lebih banyak kreator maupun jenis konten yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Daulay, S. H., Nst, A. H., Ningsih, F. R., Berutu, H., Irham, N. R., & Mahmudah, R. (2024). Code Switching in the Social Media Era: A Linguistic Analysis of Instagram and TikTok Users. *Humanitatis : Journal of Language and Literature*, 10(2), 373–384.
<https://doi.org/10.30812/humanitatis.v10i2.3837>
- Mewengkang, C., & Fansury, A. H. (2021). WRITING DAILY STATUS ON SOCIAL MEDIA: CODE-MIXING AND CODE-SWITCHING PHENOMENA: A LITERATURE REVIEW. *Klasikal: Journal of Education, Language Teaching and Science*, 3.
- Saragih, R. B., Siahaan, T. I., & Manurung, M. E. (n.d.). *Jurnal Dinamika Pendidikan Nusantara ANALISIS GAYA BAHASA DALAM KONTEN A DAY IN MY LIFE DI MEDIA SOSIAL PADA GENERASI Z*. Retrieved

<https://ejournals.com/ojs/index.php/jdp>

n

Trikandi, S., Winanto Saputro, P.,
Prima Sintasari, D., Hayati, R., &
Fauzi, A. (2026). Code Switching and
Code Mixing in Workplace
Communication : Implications for
Educational Management and
Professional Development. *Journal of
Educational Management Research*,
05(02), 1352–1364.

<https://doi.org/10.61987/jemr.v5i2.170>

7