

**ALIH KODE DALAM INSTAGRAM
(SUATU ANALISIS SOSIOLINGUISTIK)**

JURNAL SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk mencapai gelar Sarjana**

Oleh :

RANI FRISILIA KALANGIT

120912060

JURUSAN SASTRA INGGRIS



**UNIVERSITAS SAM RATULANGI
FAKULTAS ILMU BUDAYA
MANADO
2016**

ABSTRACT

This skripsi is entitled “Alih Kode dalam Instagram : Suatu Analisis Sociolinguistik”. The aims of this research are to identify, analyze, and describe the code switching appeared on Instagram and explain the reason for the phenomena mentioned above.

This research uses descriptive method. The theories of Hoffman (1991) and Saville-Troike (1986) are used in this research. The data were collected from photos and videos caption and comments on Instagram in Indonesian – English from May – August 2016 that were posted by 90 users who were followed by the writer on Instagram. The total number of code switching are 120 data found from photos and videos caption and comments on Instagram.

The result of this research shows that there are three types of code switching on Instagram, namely Inter-sentential switching with 54 data, Intra-sentential switching with 50 data, and Emblematic switching with 16 data. The result of this research also shows that there are ten reasons which influence the use of code switching on Instagram, namely talking about particular topic with 29 cases found, quoting somebody else with 3 cases found, being emphatic about something (express solidarity) with 45 cases found, Interjection (inserting sentence fillers or sentence connectors) with 10 cases found, repetition used for clarification with 3 cases found, Intention of clarifying the speech content for interlocutor with 3 cases found, expressing group identity with 3 cases found, soften or strengthen request or command with 13 cases found, real lexical need with 10 cases found, and exclude other people when a comment is intended for only a limited audience with 1 case found. The dominant reasons which influence the use of code switching on Instagram are being emphatic about something (express solidarity) with 45 cases.

Key Words : Code Switching, Instagram, Sociolinguistic

Latar Belakang

Bahasa merupakan salah satu hal penting bagi manusia untuk berkomunikasi dengan satu sama lain. Bahasa itu sendiri membuat hubungan manusia menjadi semakin dekat hari demi hari (Brown 1987: 4). Dalam sebuah masyarakat, manusia bisa saja tidak dapat berkomunikasi tanpa menggunakan bahasa sebagai sarana berkomunikasi. Bahasa dapat dipelajari dalam Linguistik. Linguistik adalah ilmu yang mempelajari tentang bahasa manusia (Langacker 1973: 5). Salah satu cabang ilmu Linguistik adalah sociolinguistik

Hickerson (1980: 81) beragumen bahwa sociolinguistik merupakan sebuah pembelajaran pengembangan linguistik yang mengambil variasi bahasa sebagai fokusnya, dan melihat variasi bahasa itu sendiri dalam konteks sosialnya.

Sosiolinguistik berkonsentrasi pada korelasi antara faktor-faktor sosial dengan variasi-variasi linguistik. Berdasarkan sebuah statement dari Fishman (1972: 4), sosiolinguistik adalah pembelajaran mengenai karakteristik fungsi-fungsi penggunaan bahasa dengan karakteristik pengguna bahasa itu sendiri. Sosiolinguistik pada dasarnya tidak berfokus pada struktur dari sebuah bahasa, melainkan berfokus pada bagaimana bahasa tersebut digunakan dalam konteks sosial dan budayanya. Salah satu konsentrasi dalam sosiolinguistik adalah alih kode.

Alih kode adalah sebuah peristiwa penggunaan dua atau lebih dari satu bahasa oleh pengkomunikasi dalam berbicara (Di Pietro dalam Kamarudin 1989: 59). Alih kode biasanya terjadi pada lingkungan sosial bilingual. Hamers dan Blanc (1987: 45) mendefinisikan bilingualisme sebagai sebuah komunitas linguistik yang mana dua bahasa ada dalam satu kontak dengan hasil bahwa kedua bahasa tersebut dapat digunakan dalam satu interaksi, serta sejumlah orang seringkali adalah bilingual. Pada dasarnya, masyarakat Indonesia juga bisa berbicara dalam dua bahasa atau lebih. Mereka menguasai bahasa lokal, bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional, dan bahkan bahasa asing. Pembicara seringkali menggunakan dua bahasa yang dikuasai secara langsung, spontan, dan tidak sengaja (Lumintintang, 2009). Fenomena ini dapat dijelaskan sebagai peristiwa alih kode yang tidak hanya dapat ditemukan dalam komunikasi verbal, melainkan juga dapat ditemukan dengan mudah dalam komunikasi non-verbal seperti dalam sosial media.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (www.wikipedia.co.id, 2016). Media sosial juga adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dengan cara mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan member kontribusi dan *feedback* secara terbuka, member komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Salah satu sosial media yang banyak digunakan saat ini adalah *Instagram*.

Dalam *Instagram*, pengguna dapat mengunggah file virtual seperti foto atau video dan menulis *caption* dari sebuah foto ataupun video yang diunggah tersebut, ataupun menulis komentar dengan batas *limit* mencapai 2200 karakter. Media sosial yang didesain oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger ini, dapat diakses melalui *smartphone* ataupun *gadget* berbasis *android* dan *iOS* dengan sangat mudah. Untuk

mereka yang menyukai dunia visual seperti fotografi, *Instagram* adalah tempat yang tepat untuk berekspresi dan mempublikasikan hasil karya.

Kompas Tekno dalam *The Next Web News* memberitakan bahwa Indonesia merupakan salah satu Negara dengan jumlah pengguna *Instagram* terbanyak. Diketahui bahwa hingga akhir tahun 2015, pengguna *Instagram* asal Indonesia telah mencapai jumlah sebanyak 22 juta dari total 400 juta pengguna aktif di seluruh dunia (Mailanto, 2016). Dengan jumlah pengguna tersebut, alih kode dapat dengan mudah dan sering ditemukan dalam *Instagram* dan biasanya digunakan oleh masyarakat bilingual dalam menulis *caption* untuk foto / video yang mereka unggah ke *Instagram*, maupun juga dalam komentar-komentar mereka.

Salah satu contoh mengenai alih kode yang penulis temukan dalam *Instagram*, seperti :

Hi adik kecil yang besar banget, *Good luck for your last day of UN*
(Diambil dari *caption* foto oleh @mirandarasubala tanggal 4 April 2016)

Caption ini merupakan bentuk alih kode yang terjadi antar kalimat (*Inter-sentential Switching*) karena alih kode muncul dalam bentuk frase setelah batas klausa yang terjadi oleh karena karena kebutuhan leksikal. UN adalah kependekan dari Ujian Nasional dalam Bahasa Indonesia. Pengguna tidak dapat mengganti kata UN dengan NE atau National Examination jika diterjemahkan dalam bahasa Inggris karena NE ataupun Nasional Examination bukan leksikal yang sebenarnya yang digunakan oleh masyarakat Inggris dalam menyebutkan ujian akhir nasional untuk sekolah.

Berdasarkan dari contoh di atas, penulis tertarik untuk lebih dalam lagi menganalisis mengenai alih kode yang digunakan dalam *Instagram*, khususnya dalam *caption* foto ataupun video dan komentar-komentar dalam *Instagram* berdasarkan rumusan masalah seperti dibawah ini :

1. Apa sajakah bentuk-bentuk alih kode dalam *Instagram* ?
2. Apa alasan-alasan yang mempengaruhi terjadinya alih kode dalam *Instagram*?

Adapun penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasi bentuk-bentuk alih kode dalam *Instagram*
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan mengenai alasan terjadinya alih kode dalam *Instagram*.

Landasan Teori

Hoffman (1991: 112) menunjukkan tiga bentuk alih kode berdasarkan titik atau ruang lingkup sosiolinguistik dimana bahasa itu berada. Tiga bentuk alih kode tersebut adalah *Inter-sentential switching* (terjadi antar kalimat), *Intra-sentential switching* (terjadi di dalam kalimat), dan *Emblematic Switching* (Alih kode simbolis). Setiap bentuk tersebut akan dijelaskan di bawah ini:

1. *Inter-sentential switching* (terjadi antar kalimat)

Bentuk alih kode ini terjadi antara klausa atau batas kalimat, di mana masing-masing klausa atau kalimat dalam satu bahasa atau lainnya.

2. *Intra-sentential switching* (terjadi di dalam kalimat)

Bentuk alih kode ini terjadi dalam sebuah frase, klausa atau batas kalimat.

3. *Emblematic switching* (alih kode simbolis)

Dalam jenis alih kode ini, tag, kata seru dan frase set tertentu dalam satu bahasa yang dimasukkan ke dalam ucapan dinyatakan di lain.

Ketika alih kode terjadi, motivasi atau alasan penutur untuk beralih kode adalah suatu pertimbangan penting dalam prosesnya. Menurut Hoffman (1991: 116), ada sejumlah alasan yang mempengaruhi penutur untuk melakukan alih kode, yaitu:

1. Mengungkapkan Topik Tertentu. Penutur terkadang memilih untuk beralih kode dikarenakan untuk mengungkapkan topik tertentu.

2. Mengutip Orang Lain. Penutur beralih kode untuk mengutip pepatah atau ungkapan dari figur-figur terkenal dari berbagai sumber dan dikutip secara utuh dalam bahasa aslinya.

3. Mempertegas Sesuatu (Mengungkapkan Solidaritas). Ketika seseorang yang berbicara menggunakan bahasa yang bukan bahasa ibunya dan tiba-tiba ia ingin menegaskan sesuatu, dia baik sengaja atau tidak sengaja, akan melakukan alih kode untuk menegaskan perkataanya

4. *Interjection* (Memasukkan Pengisi Kalimat Atau Penghubung Kalimat). Kata seruan adalah kata-kata atau ungkapan yang dimasukkan ke dalam kalimat untuk menyampaikan kejutan, emosi yang kuat, atau untuk mendapatkan perhatian.

5. Pengulangan yang Digunakan Untuk Klarifikasi. Seseorang bilingual bisa menggunakan kedua bahasa (kode) yang ia kuasai ketika ingin mengklarifikasi perkataannya, agar dapat dipahami lebih baik oleh pendengar

6. Mengklarifikasi Konten Pembicaraan Kepada Lawan Bicara. Alih kode dalam hal ini terjadi untuk membuat isi pembicaraan berjalan lancar dan dapat dipahami oleh pendengar.

7. Menyatakan Identitas Kelompok. Alih kode juga dapat digunakan untuk menyatakan identitas kelompok. Cara komunikasi satu komunitas berbeda dari orang-orang yang berada di luar komunitas tersebut.

Saville-Troike (1986: 69) juga memberikan beberapa alasan yang mempengaruhi penutur untuk melakukan alih kode, yaitu :

1. Melembutkan atau Memperkuat Permintaan atau Perintah. Alih kode juga bisa terjadi untuk melembutkan permintaan dan dapat memperkuat perintah karena penutur bisa merasa lebih hebat dari pada pendengar karena dia bisa menggunakan bahasa yang orang lain tidak bisa.

2. Kebutuhan Leksikal. Alih kode terjadi karena kurangnya leksikon yang setara artinya dalam dua kode berbeda.

3. Mengecualikan Orang Lain Ketika Pembicaraan Ditujukan Hanya Untuk Lawan Bicara Tertentu. Kadang-kadang penutur ingin berkomunikasi hanya untuk orang-orang tertentu dan menghindari orang lain agar tidak terlibat dalam komunikasi yang sama dengan menggunakan bahasa yang tidak semua orang tahu.

Metodologi

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dengan beberapa tahap seperti berikut :

1. Persiapan

Penulis mencari beberapa buku mengenai sosiolinguistik yang memuat teori mengenai topik penelitian ini, terutama buku yang banyak menjelaskan mengenai alih kode, skripsi-skripsi sebelumnya yang menyangkut penelitian mengenai alih kode, dan artikel – artikel pendidikan yang menulis mengenai alih kode. Kemudian penulis mengakses sosial media *Instagram* melalui aplikasi *Instagram* yang didownload melalui *Google Plays* dan masuk melalui akun dengan nama pengguna @ranifrisilia.

2. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dari postingan foto dan video, serta komentar pada *Instagram* sejak Mei – Agustus 2016 yang diposting 358 pengguna *Instagram* yang telah diikuti atau di *follow*. Penulis menjelajahi setiap akun yang telah diikuti tersebut untuk mengambil data berupa keterangan foto dan video (atau yang disebut *caption*), serta komentar yang mengandung alih kode di dalamnya. Dari proses pengumpulan data ini, penulis menemukan 90 pengguna seperti @miktambayong, @leonyvh, @hamishdw, dan @mikelewis, @mrssharena, @sherylsheinafia, @deafrie, @grendck, @cassandraslee, dan @tesaenjeliaa yang pada akunnya banyak melakukan alih kode dalam menulis *caption* ataupun dalam berkomentar. Penulis membatasi data yang dikumpulkan dengan hanya mengambil data yang mengandung unsur alih kode dalam bahasa Inggris – Indonesia ataupun dalam bahasa Indonesia-Inggris. Kemudian penulis melakukan tangkap layar pada setiap data yang ditemukan oleh penulis.

Setelah penulis menemukan 182 data yang mengandung unsur alih kode pada *caption* foto atau video, serta komentar dalam *Instagram*, penulis secara langsung memindahkan data tersebut ke dalam folder pengumpulan data yang sudah disiapkan dalam media komputer sehingga data yang digunakan tersebut dapat dengan mudah dan cepat diakses ketika melakukan identifikasi, klasifikasi, dan analisis pada data yang sudah didapatkan.

3. Analisis Data

Pada tahap ini, 182 data yang sudah didapatkan oleh penulis, yaitu data berupa *caption* foto dan video, serta komentar dalam *Instagram* yang mengandung alih kode di dalamnya, data tersebut kemudian diidentifikasi dan diklasifikasi dengan cara, pertamanya penulis membuat sebuah *draft* pada *Microsoft Word*, kemudian penulis membaca kembali data-data yang sudah dikumpulkan serta menyalin data-data tersebut ke dalam *draft* yang telah dibuat, berdasarkan jenis-jenis alih kode menurut teori dari Hoffman (1991) yang telah dijelaskan sebelumnya oleh penulis dalam kerangka teori. Data yang kemudian digunakan oleh penulis berjumlah 120 data atau 65,9% yang adalah 61 data alih kode dalam bahasa Indonesia ke bahasa Inggris dan 59 data alih kode dalam bahasa Inggris ke bahasa Indonesia. Data terpilih berdasarkan klasifikasi awal yang dilakukan oleh penulis, dimana penulis hanya mengambil satu atau dua dari beberapa data yang secara identik memiliki kesamaan dengan data yang lainnya. Dari 120 data tersebut penulis juga melakukan analisis mengenai alasan-alasan yang mempengaruhi terjadinya alih kode pada *caption* foto atau video, serta komentar dalam *Instagram* menurut

interpretasi dari penulis saja sesuai teori dari Hoffman (1991) dan Saviile- Troike (1986) yang juga telah dijelaskan sebelumnya oleh penulis dalam kerangka teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam identifikasi ini, penulis memaparkan kumpulan *caption* foto dan video, serta komentar-komentar dalam *Instagram* yang mengandung unsur alih kode.

1. Bentuk-bentuk Alih Kode dalam *Instagram*

Penulis mengelompokan bentuk-bentuk alih kode pada *caption* foto dan video, serta komentar-komentar dalam *Instagram* menggunakan teori dari Hoffman (1991 : 112) yang membagi bentuk-bentuk alih kode berdasarkan ruang lingkup dimana bahasa itu berada menjadi tiga yaitu, *Inter-sentential Switching* (Alih kode yang terjadi antar kalimat), *Intra-sentential Switching* (Alih kode yang terjadi di dalam kalimat), dan *Emblematic switching* (Alih kode simbolis).

A. Alih Kode yang Terjadi antar Kalimat (*Inter-sentential Switching*)

Berikut kumpulan data yang berupa *caption-caption* foto dan video, serta komentar-komentar dalam *Instagram* yang termasuk dalam alih kode yang terjadi antar kalimat dengan jumlah 28 data alih kode dalam bahasa Indonesia ke bahasa Inggris dan 26 data alih kode dalam bahasa Inggris ke bahasa Indonesia. Alasan mengapa data-data dibawah ini dikategorikan sebagai alih kode yang terjadi antar kalimat (*Inter-sentential Switching*) adalah karena alih kode dalam kumpulan data di bawah muncul dalam bentuk frase ataupun klausa setelah batas kalimat. Alih kode yang terjadi antar kalimat (*Inter-sentential Switching*) dalam bahasa Indonesia ke bahasa Inggris, yaitu :

Ry punya teman baru dikasih nama sendiri sama dia “Ash” kita setuju (Y)
So, meet Ash

(*caption* foto @tail_wagging tanggal 13 Mei 2016)

Alih kode yang terjadi antar kalimat (*Inter-sentential Switching*) dalam bahasa Inggris ke bahasa Indonesia, yakni :

Today is going to be a very emotional day, because today will be the final episode. Terima kasih semua yang udah ngikutin dari awal. *We really appreciate it and love you guys so much for all the endless support.* Ditunggu yah episode final nya !

(*caption* foto @nadinemmanuela tanggal 26 Mei 2016)

B. Alih Kode yang Terjadi dalam Kalimat (*Intra-sentential Switching*)

Berikut kumpulan data yang berupa *caption-caption* foto dan video, serta komentar-komentar dalam *Instagram* yang termasuk dalam alih kode yang terjadi antar kalimat dengan jumlah 26 data alih kode dalam bahasa Indonesia ke bahasa Inggris dan 24 data alih kode dalam bahasa Inggris ke bahasa Indonesia. Alasan mengapa data-data dibawah ini dikategorikan sebagai alih kode yang terjadi dalam kalimat (*Intra-sentential Switching*) adalah karena alih kode dalam kumpulan data di bawah muncul dalam wujud frase ataupun klausa dalam batas kalimat. Alih kode yang terjadi dalam kalimat (*Intra-sentential Switching*) dalam bahasa Indonesia ke bahasa Inggris, yaitu :

Sekolah dengan penuh semangat, senang dapat bintang untuk *good behavior of the day*, dan nyaman rebahan di rumah Pepo Memo.
(*caption* foto @aniyudhoyono tanggal 28 Juli 2016)

Alih kode yang terjadi dalam kalimat (*Intra-sentential Switching*) dalam bahasa Inggris ke bahasa Indonesia, yakni :

Early run. *Healthy* itu keren !
(*caption* foto @boywilliam17 tanggal 11 Mei 2016)

C. Alih Kode Simbolis (*Emblematic Switching*)

Berikut kumpulan data yang berupa *caption-caption* foto dan video, serta komentar-komentar dalam *Instagram* yang termasuk dalam alih kode simbolis dengan jumlah 6 data alih kode dalam bahasa Indonesia ke bahasa Inggris dan 11 data alih kode dalam bahasa Inggris ke bahasa Indonesia. Alasan mengapa data-data dibawah ini dikategorikan sebagai alih kode simbolis (*Emblematic Switching*) adalah karena alih kode dalam kumpulan data di bawah muncul dalam bentuk kata seru, tag, dan frase set tertentu dalam bahasa Indonesia yang dimasukkan ke dalam tuturan bahasa Inggris ataupun sebaliknya. Alih kode simbolis (*Emblematic Switching*) dalam bahasa Indonesia ke bahasa Inggris, yaitu :

Hhmmm.. Kayaknya gw sama @vickykciv bakal kembali lg dengan ide2 & cerita menarik buat kalian semua, *stay tuned* !
(*caption* foto @hamishdw tanggal 18 Mei 2016)

Alih kode simbolis (*Emblematic Switching*) dalam bahasa Inggris ke bahasa Indonesia, yakni :

Look ! Gambar sweaternya Matthew keren !
(komentar @vilaxxi pada *caption* foto @axelmatthewthomas pada tanggal 30 Mei 2016)

2. Alasan yang mempengaruhi terjadinya alih kode dalam *Instagram*

Dalam menjelaskan mengenai alasan mempengaruhi terjadinya alih kode dalam *Instagram*, penulis menguraikan penyebab terjadinya alih kode pada *caption* foto atau video, serta komentar dalam *Instagram* menggunakan teori dari Hoffman (1991) mengenai alasan-alasan yang mempengaruhi terjadinya alih kode secara terperinci sebagai berikut :

A. Mengungkapkan Topik Tertentu

Penutur terkadang memilih untuk beralih kode dikarenakan untuk berbicara tentang topik tertentu. Hal tersebut dapat dilihat pada *caption* berikut :

@chelseaIslan : *Yeay! I am so happy, I got a very special gift from @OPPOIndonesia. Ini adalah edisi khusus #OPPOF1Plus FC Barcelona dengan ukiran special nama aku. Kira-kira apa ya kejutan seru lainnya? Wait for it ! #Self1eXpert #OPPOxFCB #SpecialDay @OPPOIndonesia ☺*
(*Caption* foto tanggal 21 Juli 2016)

Dalam *captionnya*, @chelseaIslan mengungkapkan perasaan bahagianya dalam bahasa keduanya yaitu bahasa Inggris dengan mengatakan “*Yeay! I am so happy, I got a very special gift from @OPPOIndonesia*” dan kemudian beralih kode ke bahasa pertamanya untuk menyampaikan mengenai hadiah atau “*special gift*” yang dia dapatkan.

B. Mengutip Orang Lain

Penutur melakukan alih kode untuk mengutip pepatah atau ungkapan dari figur-figur terkenal. Hal tersebut dapat dilihat pada *caption* berikut :

@yopikurniawan : “Pekerjaan paling menyenangkan di dunia adalah hobi yang dibayar.”-Ridwan Kamil. *Fitting time with the fierce one and only @whulandary before photoshoot for @artikawhulandary beauty camp, I really love my job <3<3<3*

(*caption* foto tanggal 27 Juni 2016)

Melalui *caption* ini, terlihat dengan jelas bahwa penutur yaitu @yopikurniawan mengutip kalimat yang sudah pernah dikatakan oleh Ridwan Kamil sebelumnya dalam bahasa yang digunakan oleh Ridwan Kamil kala itu yaitu bahasa Indonesia. Kemudian @yopikurniawan melakukan alih kode untuk menyampaikan pesan pribadinya yang

menggambarkan aktivitasnya yang berkaitan dengan kutipan yang ia gunakan, dengan menggunakan bahasa Inggris.

C. Mempertegas Sesuatu (Mengungkapkan Solidaritas)

Ketika seseorang yang berbicara menggunakan bahasa yang bukan bahasa ibunya dan tiba-tiba ia ingin menegaskan sesuatu, dia baik sengaja atau tidak sengaja, akan beralih dari bahasa kedua ke bahasa pertamanya atau sebaliknya. Hal tersebut dapat dilihat pada *caption* berikut :

@mrssharena : *Happy B'day, Keenan! <3<3<3 “pawangnya anak2”:D:D:D semua anak kecil pasti langsung nempel, sayang and bisa dibikin terbahak-bahak sama kakak Keenan! Yes, you ARE THAT AMAZING, Nan! Love you so much dearest nephew*
(*caption* foto tanggal 8 Agustus 2016)

Dalam *caption* ini, terlihat jelas bahwa @mrssharena melakukan alih kode untuk mempertegas pernyataannya mengenai Keenan yang sebelumnya telah ia jelaskan dalam bahasa pertamanya adalah seorang “pawangnya anak2”. Pernyataannya mengenai Keenan itupun ditegaskan kembali olehnya dengan beralih kode ke bahasa Inggris dengan frase “*Yes, you ARE THAT AMAZING, Nan! Love you so much dearest nephew.*”

D. Interjection (Memasukkan Pengisi Kalimat Atau Penghubung Kalimat)

Kata seruan adalah kata-kata atau ungkapan yang dimasukkan ke dalam kalimat untuk menyampaikan kejutan, emosi yang kuat, atau untuk mendapatkan perhatian. Hal tersebut dapat dilihat pada *caption* berikut :

@inijedar : *OMG!! Pulang dari Eropa, kangen banget sama tart temenku @rozmasuhardi enak banget !! Akhirnya terpuaskan @amyandcake*
(*caption* foto tanggal 30 Juli 2016)

Dalam *caption*nya, akun *Instagram* @inijedar menyampaikan emosi yang kuat akan kerinduannya pada tart buatan temannya dengan terlebih dahulu menyampaikan *OMG !!* yang merupakan kependekan dari *Oh My God* ‘Oh Tuhanku’ pada awal kalimat.

E. Pengulangan Yang Digunakan Untuk Klarifikasi

Ketika seseorang bilingual ingin mengklarifikasi perkataannya, agar dapat dipahami lebih baik oleh pendengar, ia bisa menggunakan dua bahasa (kode) yang ia kuasai untuk menyampaikan pesan yang sama. Hal tersebut dapat dilihat pada *caption* berikut :

@chelseaIslan : *I am truly honored and very grateful to be among the nation leaders. Ini sebuah anugerah buat aku untuk berada di tengah-tengah petinggi Negara dan pemimpin-pemimpin hebat. I believe that youth are our global pioneers. I hope I can help make a change. I am here today to contribute and to share something that might be an eye opener from my prespective as a young person and representing the young generation. Be the change that you wish to see in the world! It starts with you! GBU*

(caption foto tanggal 14 Mei 2016)

Dalam *caption* ini, @chelseaIslan mengulangi perkataan sebelumnya untuk tujuan mengklarifikasi dengan beralih kode. *I am truly honored and very grateful to be among the nation leaders* memiliki pengertian yang sama dengan kalimat selanjutnya “Ini sebuah anugerah buat aku untuk berada di tengah-tengah petinggi Negara dan pemimpin-pemimpin hebat” yang ditulisnya dengan bahasa yang berbeda namun bermakna sama.

F. Mengklarifikasi Konten Pembicaraan Kepada Lawan Bicara

Ketika seorang penutur bilingual berkomunikasi dengan penutur bilingual lainnya, maka akan terjadi banyak kali pengalihan kode untuk membuat pesan yang akan disampaikan dapat dipahami oleh lawan bicaranya. Hal tersebut dapat dilihat pada percakapan berikut :

@rachel.tisa : *My love between two haters* haha *Aunty* udh kangen sama tiga kecil ini..nti kita ketemu akhir minggu ini yahh *boys ! #nephew*

(caption foto tanggal 12 Juli 2016)

Dan terjadi percakapan dalam kolom komentar,

@lompoliu_ldya : *Seriously ?* Ajak dong @rachel.tisa

@rachel.tisa : *Ayo !* Nnti berangkat bareng

@lompoliu_ldya : *OK ! This weekend right ?* Soalnya aku bisanya cuman di akhir minggu ini

@rachel.tisa : *Iya this weekend* alias akhir pekan ini kita kesana bareng2. Nanti kamu ke rumah sini trus kita kesananya bareng. Nnti whatsapp aku yah..

@lompoliu_ldy : *Ok Clear. See you on this weekend boys! I can't wait !*

(Komentar foto tanggal 12 Juni 2016)

Pada komentar di atas, akun *Instagram* @lompoliu_ldya mengklarifikasi pembicaraan mengenai waktu dengan beralih kode *This weekend right ?* dan dijawab oleh akun *Instagram* @rachel.tisa dengan beralih kode juga “*Iya this weekend alias akhir pekan ini*”.

G. Menyatakan Identitas Kelompok

Alih kode juga dapat digunakan untuk menyatakan identitas kelompok. Dengan melakukan alih kode, penutur secara tidak sadar memberikan signal kepada lawan bicara mengenai etnis grupnya. Hal tersebut dapat dilihat pada *caption* berikut :

@ayudiac : *Welove you. we miss you, Ibu @Iburobin*

(*caption* foto 16 Juli 2016)

Dalam *caption* dari @ayudiac ini, dapat dengan jelas dilihat bahwa alih kode dilakukannya untuk memberikan signal mengenai etnis grupnya yang adalah keturunan Indonesia dengan menyebut orang tua perempuan dengan sebutan ‘Ibu’

Saville-Troike (1986: 69) juga memberikan tiga alasan yang mempengaruhi penutur untuk melakukan alih kode ditinjau dari segi sosiolinguistik dengan berbagai keputusan linguistik secara umum, yaitu :

H. Melembutkan Atau Memperkuat Permintaan Atau Perintah

Bagi orang Indonesia, beralih kode dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Inggris juga bisa berfungsi sebagai permintaan karena bahasa Inggris bukanlah bahasa ibu mereka, sehingga permintaannya tidak terdengar langsung seperti dalam bahasa Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat pada *caption* berikut :

@dindaamahorseya: Selamat ulang tahun ya @mirandadreta. *We are sorry for ruin your room :D*

(*caption* foto tanggal 22 mei 2016)

Dari *caption* ini, terlihat bahwa @dindaamohorseya mencoba untuk melembutkan permintaan maafnya dengan beralih kode menggunakan bahasa Inggris dan menuturkan “*We are sorry for ruin your room*”.

I. Kebutuhan Leksikal

Ketika seorang penutur bilingual Indonesia - Inggris memiliki kata yang kurang dalam bahasa Inggris, ia akan merasa lebih mudah untuk mengatakan itu dalam bahasa

slang ‘*Tooth Sweaters*’ yang berarti kondisi gigi yang sudah beberapa hari tidak di sikat. @brandos24 menggunakan *slang* dalam beralih kode yang hanya dimengerti olehnya dan @grendck, namun tidak dimengerti oleh @bridlinketlidaud.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Adapun penulis berhasil menemukan 120 kasus alih kode yang terjadi dalam penulisan *caption* foto atau video dan komentar dalam *Instagram*. 120 kasus alih kode tersebut terjadi pada *caption* foto atau video dan komentar oleh 90 pengguna dari 358 pengguna *Instagram* yang telah diikuti oleh penulis. 120 kasus ini kemudian diklasifikasikan berdasarkan bentuknya dan menemukan 54 kasus alih kode yang termaksud dalam *Inter-sentential Switching* (alih kode yang terjadi antar kalimat), 50 kasus alih kode yang termaksud dalam *Intra-sentential Switching* (alih kode yang terjadi dalam kalimat), dan 16 kasus alih kode yang termaksud dalam *Emblematic Switching* (alih kode simbolis).

Sementara itu, untuk alasan yang mempengaruhi terjadinya alih kode dalam *Instagram*, Penulis berhasil menganalisis 120 kasus alih kode yang sudah diklasifikasikan bentuknya terlebih dahulu. Adapun penulis menemukan 29 kasus alih kode yang terjadi karena alasan untuk berbicara tentang topik tertentu, 3 kasus alih kode terjadi untuk alasan mengutip orang lain, 45 kasus alih kode terjadi untuk mempertegas sesuatu (mengungkapkan solidaritas), 10 kasus alih kode terjadi untuk *Interjection* (memasukkan pengisi atau penghunung kalimat), 3 kasus alih kode terjadi untuk alasan pengulangan yang digunakan untuk klarifikasi, 3 kasus alih kode terjadi untuk mengklarifikasi konten pembicaraan kepada lawan bicara, 3 kasus alih kode terjadi dengan alasan untuk menyatakan identitas kelompok, 13 kasus alih kode terjadi dengan alasan melembutkan atau memperkuat permintaan dan perintah, 10 kasus alih kode terjadi karena kebutuhan leksikal, dan 1 kasus alih kode terjadi dengan alasan untuk mengecualikan orang lain ketika pembicaraan ditujukan hanya untuk lawan bicara tertentu, yang pada kasus ini ditemukan oleh penulis terjadi dalam kolom komentar.

2. Saran

Setelah penelitian ini dilakukan, saran penulis kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penggunaan bahasa dikalangan masyarakat, baik secara verbal maupun nonverbal, seperti fenomena penggunaan campur kode dalam media sosial. Keterbatasan dari penelitian ini adalah setiap analisis hanya berdasarkan oleh interpretasi murni dari penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan agar penelitian-penelitian selanjutnya dapat menggunakan interpretasi langsung dari *correspondences* dengan cara mengajukan wawancara atau kuisisioner ketika akan melakukan analisis data dan kemudian dicocokkan dengan teori yang akan digunakan. Selanjutnya penulis berharap agar penelitian-penelitian dalam bidang sociolinguistik dapat terus diminati dan digeluti secara professional agar dapat memberikan pengetahuan dan gambaran mengenai fenomena-fenomena penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Blom, JP & Gumperz, J. 1972. *Social Meaning in Linguistik Structures*. Holt New York: Rinehart & Winston.
- Brown, H.D. 1987. *Principles of Language Learning and Teaching*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Cakrawati, D.A. 2011. "Analysis of Code Switching and Code Mixing in the *Teenlit Canting Cantiq Novel* by Dyan Nuranindya. Thesis Semarang : Faculty of Humanities Diponegoro University.
- Chaer, A & Leonie Agustina.2004. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Chaer,A.2010. *Kesantunan Berbahasa*. Jakarta: Rineka Cipta
- Fishman. J. A. 1972. *Sosiolinguistik A.Brif Introduction*. Rowley. Massachusetts: Newbury House Publisher.
- Gumperz, J. 1982. *Discourse Strategies*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Hamers, J. F. andM. H.A. Blanc. 1993. *Bilinguality and Bilingualism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hickerson, N. 1980. *Linguistik Anthropology*. New York: Holt, Rinehart and Winston Inc.
- Hoffman, C. 1991. *An Introduction to Bilingualism*. New York: Longman.
- Kamaruddin. 1989. *Kedwibahasaan dan Pendidikan Dwibahasa (pengantar)*. Jakarta: Depdikbud.
- Kunjana,R.R.2001.*Sosiolinguistik Kode dan Alih Kode*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset
- Lagawati, P. 2013. "Alih Kode Dalam Acara *Talk Show 'Show Imah Di Trans TV'*". Skripsi Yogyakarta : Fakultas Bahasa dan Seni Univerrsitias Negeri Yogyakarta.
- Langacker, W. Ronald. 1973.*Language and Its Structure*. New York : Harcourt Brace Jovanovich, Inc.
- Lumintintang, Y.B.M. 2009. Permasalahan Berbahasa. In Rubrik Bahasa [online]. Available : <https://rubrikbahasa.wordpress.com/2009/06/30/permasalahan-berbahasa/>. Retrieved on 13th July 2016
- Mailanto, A. 2016. Pengguna *Instagram* di Indonesia Terbanyak, Mencapai 89%. In Okezone Techno [online]. Available : <http://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-Instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89>. Retrieved on 13th July 2016
- Mokodompit, S. 2013. "Alih Kode Dalam *Twitter*". Skripsi Manado : Fakultas Sastra Unsrat.

- Octavianthi. 2013. Pengertian Bahasa Menurut Para Ahli. [online]. Available : <http://octavianthi-octa.blogspot.co.id/2013/03/pengertian-bahasa-menurut-para-ahli.html>. Retrieved on 13th July 2016
- Saville-Troike.1986. *The Ethnography of Communication: An Introduction*. Oxford: Basil Blackwell Publisher
- Victory. 2014. Branches of Linguistics In SlideShare [online]. Available : <http://www.slideshare.net/Victory30/branches-of-linguistics-32627495>. Retrieved on 1st Mei 2016
- Wardagh, Ronald. 2010. *An introduction to sociolinguistics (6th Ed.)*. UK: Wiley-Blackwell.
- Wikipedia. 2016. *Instagram*. In Wikipedia ; The Free Encyclopedia [online]. Available : <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Retrieved on 1st Mei 2016
- Wikipedia. 2016. Media Sosial. In Wikipedia ; The Free Encyclopedia [online]. Available : <https://en.wikipedia.org/wiki/Internet>. Retrieved on 1st Mei 2016