

Fenomena Campur Kode Pada Komunikasi Gen Z Analisis Wacana Di Media Sosial Tiktok

Nurchalistiani Budiana^{1*}, Safitri², Hesty Ratnasari³, Muhamad Mustofa⁴

^{1*,2,3,4} Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia
Jl. Pangeran Diponegoro Km 2, Rw. 11, Kelurahan Pesantunan, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah, 52212

^{1*}chalistia@gmail.com

²sftrryy31@gmail.com

³hestryy9@gmail.com

⁴brammstfa689@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar terhadap cara Generasi Z berkomunikasi, terutama melalui media sosial seperti TikTok yang menjadi wadah ekspresi bahasa dan identitas budaya. Penelitian ini bertujuan mengungkap bentuk dan fungsi campur kode dalam interaksi pengguna TikTok dengan menggunakan teori Suwito (1985) sebagai landasan analisis. Pendekatan yang diterapkan ialah deskriptif kualitatif dengan teknik observasi terhadap unggahan dan komentar pengguna. Hasil penelitian mengidentifikasi tiga jenis utama campur kode, yakni inner code-mixing yang menegaskan identitas lokal, outer code-mixing yang menunjukkan orientasi global, serta hybrid code-mixing yang mencerminkan kreativitas linguistik. Temuan ini memperlihatkan bahwa penggunaan campur kode tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai strategi untuk membangun citra diri dan menegosiasikan identitas sosial di ruang digital. Secara keseluruhan, praktik campur kode Generasi Z di TikTok mencerminkan kemampuan berbahasa yang dinamis, kreatif, dan adaptif terhadap arus globalisasi.

Kata kunci: Campur Kode, TikTok, Sociolinguistik

Abstract

The development of digital technology has brought about major changes in the way Generation Z communicates, especially through social media such as TikTok, which has become a platform for linguistic expression and cultural identity. This study aims to reveal the forms and functions of code-mixing in TikTok user interactions using Suwito's (1985) theory as the basis for analysis. The approach applied is descriptive qualitative with observation techniques of user posts and comments. The results of the study identify three main types of code-mixing, namely inner code-mixing, which affirms local identity, outer code-mixing, which indicates a global orientation, and hybrid code-mixing, which reflects linguistic creativity. These findings show that code-mixing serves not only as a communication tool but also as a strategy for building self-image and negotiating social identity in the digital space. Overall, Generation Z's code-mixing practices on TikTok reflect dynamic, creative, and adaptive language skills in response to globalization.

Keywords: Code Mixing, TikTok, Sociolinguistics

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi komunikasi yang sangat cepat telah mengubah secara mendalam pola interaksi masyarakat, terutama di kalangan Generasi Z yang tumbuh dalam lanskap digital. Interaksi tersebut, bagi Generasi Z, tidak semata-mata menjadikan bahasa sebagai sistem simbol yang hidup, tetapi juga senantiasa berubah mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan penggunaannya (Syukriady, D., 2025).

Generasi Z sangat akrab dengan media sosial seperti TikTok. Tidak hanya sekadar menjadi sarana hiburan, tetapi juga berkembang sebagai ruang ekspresi diri, komunikasi sosial, hingga pembentukan identitas budaya. Dalam ruang komunikasi digital tersebut muncul berbagai fenomena kebahasaan baru. Salah satunya adalah praktik campur kode, yaitu penggunaan dua atau lebih bahasa dalam satu ujaran yang sama. Praktik ini muncul melalui penyisipan kata, frasa, maupun klausa; berfungsi memperkuat makna, membangun keakraban sosial, dan menampilkan identitas linguistik penutur.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa campur kode bukan hanya sekadar bentuk variasi kebahasaan, tetapi juga merupakan strategi kreatif dan adaptif dalam menghadapi globalisasi budaya. Syifa et al., (2024) menemukan bahwa pada komunitas penggemar K-pop, campur kode antara bahasa Indonesia, Inggris, dan Korea menjadi simbol solidaritas serta bentuk ekspresi identitas kelompok. Lebih lanjut, Azzurra & Hijrah (2024) mencatat bahwa penetrasi budaya populer Korea turut membentuk gaya komunikasi Gen Z melalui penggunaan campur kode sebagai indikator keterlibatan global.

Hikmarezki et al., (2024) juga mengungkap bahwa akun Instagram

seperti Overheardbeauty memanfaatkan campur kode untuk menarik perhatian audiens dan memperkuat personal branding.

Penelitian nasional lainnya menguatkan bahwa media sosial menjadi ruang paling subur bagi munculnya campur kode. Fauzi & Rosalina (2023) memaparkan bahwa dalam studi konten TikTok menemukan bahwa penyisipan unsur bahasa Inggris berfungsi sebagai strategi persuasif, afektif, dan informatif dalam konten komunikasi.

Purba et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial memperkuat tren campur kode sebagai gaya komunikasi anak muda yang mencerminkan identitas sosial dan budaya multibahasa. Bahkan, Mustikarani & Pratiwi (2025) menegaskan bahwa dalam kolom komentar TikTok, pengguna warganet memadukan bahasa pada tingkat kata, frasa, hingga klausa, baik inner maupun outer code-mixing sebagai bentuk ekspresi dan interaksi sosial.

Meskipun demikian, kajian mendalam yang secara khusus menelaah bentuk dan fungsi campur kode pada wacana komunikasi Gen Z di platform TikTok masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada Instagram, komunitas fandom tertentu, atau analisis umum media sosial tanpa mengkaji karakteristik unik TikTok sebagai platform berbasis video pendek yang sangat cepat, spontan, dan multimodal. TikTok memiliki dinamika komunikasi berbeda yang tidak hanya melibatkan caption, komentar, audio, dan visual, tetapi juga dapat memengaruhi pola dan fungsi campur kode secara khas. Celah inilah yang menunjukkan bahwa kajian lebih rinci mengenai praktik campur kode pada wacana TikTok perlu dilakukan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk dan fungsi campur kode yang digunakan oleh pengguna TikTok dengan merujuk pada teori Suwito (1985). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara sistematis bagaimana campur kode muncul, bagaimana ia dimanfaatkan dalam interaksi digital, serta

bagaimana ia berkontribusi pada pembentukan identitas linguistik Generasi Z. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan dalam kajian sosiolinguistik kontemporer, khususnya dalam memahami strategi komunikasi, kreativitas bahasa, dan dinamika identitas linguistik masyarakat muda di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan berlandaskan teori campur kode Suwito (1985). Pendekatan ini dipilih karena dapat menggambarkan fenomena kebahasaan secara alami sesuai konteks sosial. Menurut Suwito, campur kode dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu *inner code-mixing*, *outer code-mixing*, dan *hybrid code-mixing*. Oleh sebab itu, penelitian ini memfokuskan analisis pada bentuk dan fungsi campur kode yang digunakan Generasi Z di media sosial.

Data diperoleh melalui observasi nonpartisipatif terhadap unggahan, komentar, dan percakapan di TikTok sebagai representasi komunikasi Gen Z. Setiap tuturan yang mengandung campur kode didokumentasikan dan

dikategorikan berdasarkan jenis serta konteks pemakaiannya. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi bentuk campur kode sesuai kategori Suwito (1985) dan menafsirkan fungsi sosialnya, seperti penanda identitas, solidaritas, atau penyesuaian gaya komunikasi.

Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan pengecekan ulang konteks tuturan. Dengan metode ini, penelitian dapat menggambarkan bagaimana praktik campur kode di TikTok mencerminkan dinamika identitas linguistik Generasi Z dalam ruang komunikasi digital yang multibahasa dan beragam secara budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis data terhadap unggahan video serta komentar dari pengguna TikTok selama periode Juli-September 2025, ditemukan bahwa praktik campur kode merupakan salah satu ciri dominan dalam gaya komunikasi digital Generasi Z. Fenomena ini tidak hanya muncul dalam bentuk caption atau komentar, tetapi juga dalam ujaran lisan di video yang diunggah,

Data Pertama

Bentuk *inner code-mixing* atau campur kode internal muncul ketika pengguna memadukan bahasa Indonesia dengan

menandakan bahwa campur kode telah menjadi bagian dari identitas linguistik dan ekspresi sosial mereka. Berdasarkan kerangka teori Suwito (1985), fenomena ini dapat dikategorikan menjadi tiga bentuk utama, yaitu *inner code-mixing*, *outer code-mixing*, dan *hybrid code-mixing*, yang masing-masing memiliki fungsi dan makna sosial yang berbeda dalam konteks komunikasi di media sosial.

bahasa daerah seperti Jawa, Sunda, atau Betawi dalam satu tuturan. Salah satu contohnya dapat ditemukan pada unggahan bertema daily vlog dengan

kalimat, “*Habis itu digaluy biar merata gaes*” (Sumber: TikTok, akun @achmadsaerr, 28 Oktober 2025).

Pada kalimat tersebut, pengguna menggabungkan frasa “*habis itu digaluy biar merata gaes*” dari bahasa madura ke dalam struktur bahasa

Data Kedua

Bentuk outer code-mixing atau campur kode eksternal terjadi ketika pengguna menyisipkan unsur bahasa asing, terutama bahasa Inggris, ke dalam kalimat berbahasa Indonesia. Fenomena ini paling sering ditemukan dalam konten bertema gaya hidup dan mode. Misalnya, pada unggahan bertema Memasak, salah satu pengguna menuliskan caption, “*Ide Cemilan yang next level yang di level up!*”

(Sumber: TikTok, akun @jesselynmc18, 10 Oktober 2025).

Data Ketiga

Jenis hybrid code-mixing atau campur kode hibrid muncul dalam bentuk penggabungan morfem bahasa Indonesia dengan kata dasar dari bahasa asing untuk membentuk kata baru. Contoh yang ditemukan pada unggahan TikTok bertema musik adalah kalimat, “*Ngedownload lagu viral di tik tok*”

(Sumber: TikTok, akun @androidnyel105, 30 Januari 2024).

Kata “*ngedownload*” merupakan hasil penggabungan imbuhan “*nge-*” dari bahasa Indonesia dengan kata kerja “*download*” dari bahasa Inggris. Fenomena ini mencerminkan kemampuan adaptasi linguistik Generasi Z dalam menghadapi perubahan bahasa akibat pengaruh globalisasi digital. Menurut Anggraini (2023), bentuk campur kode hibrid merupakan hasil kreativitas linguistik yang timbul dari intensitas penggunaan

Indonesia. Pemakaian unsur bahasa daerah di sini berfungsi untuk menciptakan kesan yang lebih santai, emosional, dan akrab dengan penonton yang memiliki latar belakang bahasa serupa.

Campuran bahasa Inggris seperti “*next level*” dan “*level up*,” menunjukkan kecenderungan Generasi Z dalam menampilkan citra diri yang modern, ekspresif, dan global-minded. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Putri dan Mahendra (2022) yang menjelaskan bahwa penggunaan bahasa Inggris dalam interaksi daring bukan sekadar mengikuti tren, melainkan juga berfungsi sebagai simbol status sosial, penanda gaya hidup Warga Dunia, serta sarana untuk membangun citra diri yang percaya diri di ruang publik digital.

media sosial dan interaksi lintas budaya. Dengan kata lain, pengguna tidak hanya meminjam kosakata asing, tetapi juga menyesuaikannya dengan sistem morfologi bahasa Indonesia agar tetap terdengar alami dan mudah dipahami dalam konteks komunikasi sehari-hari.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik campur kode di TikTok oleh Generasi Z berfungsi ganda sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam membangun kedekatan sosial serta sebagai medium untuk menegaskan identitas linguistik dan kultural mereka. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran nilai dalam penggunaan bahasa, di mana batas antara bahasa daerah, bahasa nasional, dan bahasa global menjadi semakin cair dalam ranah komunikasi digital.

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa campur kode yang digunakan Generasi Z di TikTok bukan hanya bentuk pencampuran bahasa secara spontan, tetapi merupakan bagian dari strategi komunikasi untuk membangun identitas diri, menegaskan kedekatan sosial, dan mengekspresikan gaya bahasa yang khas dalam lingkungan digital. Temuan Mustikarani dan Pratiwi (2025) mengungkap bahwa campur kode pada konten TikTok muncul dalam berbagai tingkat bahasa dan dimanfaatkan untuk memperkuat relasi interpersonal, mempercantik pesan, serta menghadirkan persona digital yang lebih hidup dan menarik. Hal tersebut diperkuat oleh kajian Purba, Togatorop, dan Simbolon (2024), yang menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah pola penggunaan bahasa di kalangan remaja, menjadikan campur kode sebagai tren komunikasi yang berhubungan dengan tuntutan globalisasi. Generasi Z menggunakan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, sebagai penanda identitas modern, kreatif, dan global, sehingga praktik campur kode menjadi sarana penting dalam membentuk cara mereka berinteraksi di ruang virtual.

Selanjutnya, variasi campur kode di media sosial juga berkaitan erat dengan kebutuhan komunikasi yang berubah-ubah serta kemampuan

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, penggunaan campur kode oleh Generasi Z di TikTok mencerminkan perubahan pola berbahasa yang dipengaruhi kemajuan teknologi digital, globalisasi budaya, dan kebutuhan ekspresif dalam membangun identitas diri. Mengacu pada teori Suwito (1985), bentuk campur kode yang ditemukan meliputi *inner code-mixing*, *outer code-*

mixing, dan *hybrid code-mixing*, yang tampak dalam video, komentar, dan

linguistik pengguna yang semakin fleksibel. Penelitian Sutarma, Jendra, dan Sadiyani (2024) memperlihatkan bahwa pencampuran bahasa pada platform digital seperti Facebook maupun TikTok muncul sebagai respons terhadap keberagaman audiens, konteks percakapan, serta kemampuan bilingual yang dimiliki penutur. Pandangan ini didukung oleh Hilmiyatun dan Zahara (2024), yang mengemukakan bahwa remaja cenderung menggunakan campur kode sebagai bentuk adaptasi terhadap gaya komunikasi digital yang cepat, ekspresif, dan mengikuti pola komunitas daring. Sementara itu, studi Melati dan Assidik (2022) menemukan bahwa kombinasi bahasa daerah, bahasa Indonesia, dan bahasa Inggris pada unggahan remaja di Twitter berfungsi untuk menciptakan humor, membangun rasa kebersamaan, serta menunjukkan identitas linguistik yang terus berkembang. Secara keseluruhan, penelitian-penelitian tersebut menegaskan bahwa praktik campur kode pada TikTok merupakan fenomena sosial dan budaya yang menggambarkan bagaimana Generasi Z menegosiasikan identitas, menyesuaikan diri dengan komunitas digital, dan mengikuti perkembangan bahasa di tengah arus globalisasi dan teknologi.

deskripsi unggahan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa campur kode bukan sekadar penyimpangan linguistik, melainkan strategi komunikasi yang mencerminkan fleksibilitas dan kreativitas bahasa Generasi Z dalam lingkungan digital yang multibahasa. Kombinasi bahasa Indonesia, Inggris, dan bahasa daerah digunakan untuk memperkuat gaya komunikasi, menampilkan citra global, serta mempertahankan identitas lokal. Selain itu, campur kode berfungsi memperlancar interaksi dalam komunitas daring, mengekspresikan emosi dengan lebih

efektif, dan meningkatkan daya tarik pesan agar sesuai dengan dinamika komunikasi cepat di media sosial.

Hasil penelitian ini kiranya dapat memperluas objek kajian pada berbagai jenis konten dan komunitas di TikTok untuk memperoleh gambaran yang lebih beragam tentang praktik campur kode di kalangan Generasi Z. Selain itu, diperlukan analisis lebih komprehensif mengenai faktor psikologis dan sosiokultural yang memengaruhi keputusan pengguna

dalam mencampur bahasa, terutama terkait pembentukan identitas dan gaya komunikasi digital. Terlebih lagi, bagi pendidik dan pemerhati bahasa dapat pula memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan kajian tentang perkembangan bahasa generasi muda, sehingga fenomena campur kode dapat dipahami secara lebih proporsional sebagai bagian dari dinamika kebahasaan di era digital.

DAFTAR RUJUKAN

- Azzurra, D., & Hijrah, N. (2024). Pengaruh Budaya Populer K-Pop Terhadap Fenomena Campur Kode Dan Alih Kode Di Media Sosial. *ISOLEK: Jurnal Pendidikan, Pengajaran, Bahasa, dan Sastra*, 2(1), 117-225. <https://doi.org/10.59638/isolek.v2i1.278>
- Fauzi, M. R., & Rosalina, S. (2023). Analisis penggunaan campur kode dalam konten wanderlearn pada akun Tiktok eranitri. *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(2), 335-345. <https://doi.org/10.31943/bi.v8i2.394>
- Hikmarezki, F. P., Widayati, W., & Mardiana, N. (2024). Campur kode di media sosial Instagram "Overheardbeauty". *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 5(2), 219-224. <https://doi.org/10.36418/syntaximperatif.v5i2.362>
- Hilmiyatun, H., & Zahara, L. (2024). FENOMENA ALIH KODE DAN CAMPUR KODE PADA KOMUNIKASI REMAJA DI MEDIA SOSIAL. *BAHTRA: Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 5(01), 17-23.
- Mustikarani, A., & Pratiwi, D. R. (2025). Penggunaan Campur Kode Warganet Pada Akun Tiktok@ Sabrinachairunnisa_: Kajian Kualitatif Deskriptif. *Basastra: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 13(1), 163-173. <https://doi.org/10.20961/basastra.v13i2.97728>
- Purba, E. N., Togatorop, D. P., Simbolon, A., & Sari, Y. (2024). Analisis pengaruh media sosial terhadap keberagaman bahasa: Campur kode sebagai tren komunikasi anak muda. *Atmosfer: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, dan Sosial Humaniora*, 2 (4). <https://doi.org/10.59024/atmosfer.v2i4.1060>
- Sutarma, I. G. P. (2017). Campur Kode Dalam Penggunaan Bahasa Indonesia Di Media Sosial "WhatsApp". *Soshum: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 7(2), 189-201.
- Syifa, S., Geraldine, A., Valencia, P., Alvionita, C., Nugraha, S., & Megawati, E. (2024). PENYIMPANGAN BAHASA PADA GEN-Z DALAM GRUP K-POP DI MEDIA SOSIAL. *JBSI: JURNAL BAHASA DAN SASTRA INDONESIA Учредители: Information Technology and Science (ITScience)*, 4(1), 9-18. <https://doi.org/10.47709/jbsi.v4i01.4272>
- Syukriady, D. (2025). PERAN TINDAK TUTUR DAN IMPLIKATUR DALAM PEMBANGUNAN KARAKTER TOKOH PADA NOVEL REALIS. *EDU RESEARCH*, 6(2), 3120-3128.