

## CAMPUR KODE DALAM INSTAGRAM TV *HAIPUJA*

Arum Sekar Melati<sup>1\*</sup>, I Wayan Pastika<sup>2</sup>, dan I Wayan Arnati<sup>3</sup>

Universitas Udayana

<sup>\*)</sup> surel korespondensi: [arumsekarmelati123@gmail.com](mailto:arumsekarmelati123@gmail.com)

doi: <https://doi.org/10.24843/STIL.2023.v02.i02.p05>

Artikel dikirim: 22 April 2022; diterima: 22 Mei 2022

### CODE MIXING IN INSTAGRAM TV *Haipuja*

**Abstract.** The topic in this article is Code mixing in Instagram TV *Haipuja*. The background of this research is, in the Instagram TV video *Haipuja* there is the use of code mixing in it, both the insertion of regional languages into the use of Indonesian and the insertion of foreign languages into the use of Indonesian. The research on code mixing on Instagram TV *Haipuja* has never been done before. In this study, there are three problems discussed, namely code mixing based on the origin of the absorption elements, code mixing at the linguistic level, and the factors causing code mixing. The purpose of this study is to determine the use of code mixing, as well as the factors that cause code mixing. Qualitative descriptive research is presented in the form of data descriptions. Data collection methods are supported by note-taking techniques and the results of data analysis are presented in an informal form. The results of this study were found code mixing based on the original absorption element, code mixing seen from the linguistic level, and the factors causing code mixing on Instagram TV *Haipuja*.

*Keywords:* code mixing; instagram tv; sociolinguistics

### PENDAHULUAN

Artikel ini berisi hasil analisis campur kode yang ada di dalam Instagram TV *Haipuja*. Instagram TV digunakan karena durasi video yang ada dalam Instagram TV lebih panjang dibandingkan dengan Instagram story. Instagram TV merupakan salah satu fitur yang ada dalam aplikasi Instagram. Aplikasi ini dapat diunduh melalui Google Play Store atau App Store yang sudah tersedia dalam gawai. Salah satu aplikasi yang sudah sangat terkenal baik di kalangan anak-anak hingga dewasa. Salah satu akun Instagram yang menarik untuk diteliti yaitu akun Instagram milik Puja Astawa atau lebih dikenal dengan *Haipuja*. Dalam video yang diunggahnya berisikan penggunaan campur kode di dalamnya. Video yang dianalisis yaitu video yang diunggah dari bulan Juli hingga bulan November 2021. Hal ini dikarenakan video tersebut merupakan video-video terbaru dari akun *Haipuja*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu menambah wawasan pembaca dalam memahami kajian sosiolinguistik khususnya campur kode. Dalam artikel ini hanya membahas mengenai campur kode yang terdapat dalam Instagram TV *Haipuja*. Data yang

digunakan adalah ujaran berupa kata, frasa, dan klausa.

Kajian pustaka yang digunakan dalam artikel ini, terdapat tujuh kajian pustaka yang sama-sama membahas mengenai campur kode tetapi sumber data atau objek penelitiannya berbeda. Pertama, penelitian Yudiastari (2015) yang berjudul *Campur Kode Bahasa Indonesia pada Acara Samatra Artis Bali di Media Massa Bali TV*. Penelitian yang dilakukan oleh Yudiastari bertujuan untuk menggambarkan macam-macam campur kode berdasarkan asal unsur serapan, campur kode berdasarkan tingkat tataran kebahasaan, dan campur kode berdasarkan situasi. Serta untuk mengetahui faktor-faktor penyebab terjadinya campur kode pada acara *Samatra Artis Bali*. Kedua, penelitian Widyaningrum (2017) yang berjudul *Campur Kode Siaran Radio Most FM Penyiar Ari di Kota Malang*. Penelitian yang dilakukan Widyaningrum bertujuan untuk memaparkan wujud kode dan campur kode pada tataran yang dilakukan, baik campur kode ke dalam maupun campur kode ke luar. Ketiga, penelitian Widyaningtias (2018) yang berjudul *Alih Kode dan Campur Kode dalam Video Blogger*. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Widyaningtias, yaitu ditemukan campur kode dalam bentuk kata, campur kode dalam bentuk baster, campur kode dalam bentuk frasa, dan campur kode dalam bentuk klausa. Keempat, penelitian Ariesta (2019) yang berjudul *Bentuk-bentuk dan Faktor Campur Code dalam Video Youtube Kaesang Tahun 2017*. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Ariesta yaitu ditemukan campur kode dalam bentuk kata, campur kode dalam bentuk frasa, campur kode dalam bentuk klausa, dan campur kode dalam bentuk kalimat. Kelima, penelitian Nirmala, dkk. (2020) dengan judul *Campur Kode dalam Tuturan Video Blog Youtube Agung Hapsah Fintech*. Tujuan dari penelitian Nirmala, dkk adalah untuk mendeskripsikan campur kode dalam tuturan video blog Youtube Agung Hapsah "Fintech". Keenam, penelitian Septiani dan Manasikana (2020) dengan judul *Campur Kode pada Akun Instagram @Demakhariini (Kajian Sociolinguistik)*. Ketujuh, penelitian Lakamola (2020) yang berjudul *Campur Kode Bahasa Indonesia dalam Saluran Youtube Segmen "Beropini" Karya Gita Savitri Dewi*. Penelitian Lakamola ini ditemukan jenis-jenis campur kode berdasarkan bahasa yang bercampur, yaitu campur kode ke dalam dan campur kode keluar. Berdasarkan tataran kebahasaannya, campur kode yang ditemukan yaitu campur kode pada tataran kata, campur kode pada tataran frasa, dan campur kode pada tataran klausa.

Dalam menyelesaikan masalah, penelitian ini menggunakan teori sociolinguistik yang di dalamnya terdapat teori kedwibahaan serta campur kode. Sociolinguistik lebih berhubungan dengan perincian-perincian penggunaan bahasa yang sebenarnya, seperti deskripsi pola-pola pemakaian bahasa/dialek dalam budaya tertentu, pilihan pemakaian bahasa/dialek tertentu yang dilakukan penutur, topik,

dan latar pembicaraan, sedangkan sosiologi bahasa lebih berhubungan dengan faktor-faktor sosial, yang saling bertimbal-balik dengan bahasa/dialek (Rokhman, 2013:1-2). Istilah kedwibahasaan (*bilingualism*) biasanya dipergunakan untuk kemampuan dan kebiasaan mempergunakan dua bahasa: istilah kedwibahasaan itu sering juga kegandabahasaan (*multilingualism*).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode simak. Metode simak dibantu dengan teknik lanjutan, yaitu teknik simak bebas libat cakap dilakukan dengan menyimak penggunaan campur kode yang terdapat dalam video Instagram TV *Haipuja*. Dalam penelitian ini juga dibantu dengan teknik catat yang digunakan dalam membuat transkrip data yang ada dalam video Instagram TV *Haipuja*. Data dicatat sesuai dengan tanggal diunggahnya video dan diurutkan mulai dari video yang terlama hingga video terbaru. Data yang dipilih yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sumpling* yang sesuai dengan permasalahan yaitu campur kode. Metode dan teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu metode deskriptif kualitatif, metode ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan klasifikasi data campur kode yang terdapat dalam Instagram TV *Haipuja*. Metode dan teknik penyajian hasil analisis data yaitu menggunakan metode informal. Hasil dari penelitian ini, yaitu mendeskripsikan jenis-jenis campur kode berdasarkan asal unsur serapannya, campur kode berdasarkan tataran kebahasaannya, serta faktor-faktor penyebab terjadinya campur kode dalam video Instagram TV *Haipuja*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini dilakukan dengan membagi data berdasarkan campur kode dilihat dari asal unsur serapannya, campur kode berdasarkan tataran kebahasaan, dan factor-faktor penyebab terjadinya campur kode.

### 1. Campur Kode Dilihat dari Asal Unsur Serapannya

Campur kode dilihat dari asal unsur serapannya dibagi menjadi campur kode ke dalam, campur kode ke luar, dan campur kode campuran. Campur kode ke dalam adalah jenis campur kode yang menyerap unsur-unsur bahasa asli yang masih sekerabat (Jendra, 2007:168), campur kode ke luar adalah campur kode yang menyerap unsur-unsur bahasa asing (Jendra, 2007:168) dan campur kode campuran ialah campur kode yang di dalamnya (mungkin klausa atau kalimat) telah menyerap unsur bahasa asli (bahasa-bahasa daerah) dan bahasa asing (Jendra, 2007:169). Dalam Instagram TV *Haipuja* ditemukan ketiga campur kode tersebut. Contoh data yang ditemukan dalam Instagram TV *Haipuja*, yaitu:

Data dalam Instagram TV *Haipuja*

- (1) “*Tiang* mau cek sekolah Buk” (D1/IGTV/11 Mei 2021)
- (2) “Mengatur *duit* sama pelit beda tipis, Pa.” (D7/IGTV/6 November 2021)
- (3) “*Mbak*, tolong buat *steak* yang paling enak untuk bapak ini!” (D7/IGTV/6 November 2021)
- (4) “*Om Swastiastu*, ada yang bisa dibantu bapak?” (D1/IGTV/11 Mei 2021)
- (5) “*Niki* praktik tempat *kitchen* di sekolah kami.” (D1/IGTV/11 Mei 2021)
- (6) “Bapak mau lihat praktik masak *kitchen-nya*?” (D1/IGTV/11 Mei 2021)

Dalam data di atas terdapat penyisipan unsur bahasa daerah, yaitu data (1) *tiang* (bahasa Bali) yang memiliki arti ‘saya’, data (2) *duit* (bahasa Sunda), dan data (3) *mbak* (bahasa Jawa) yang memiliki arti ‘kakak perempuan’, data tersebut merupakan campur kode ke dalam. Terdapat penyisipan unsur bahasa asing, yaitu data (4) *om swastiastu* (bahasa Sansekerta) yang memiliki arti ‘semoga ada dalam keadaan baik atas karunia Sang Hyang Widi’ dan data (5) *kitchen* (Bahasa Inggris) yang memiliki arti ‘dapur’, data tersebut merupakan campur kode ke luar. Serta ditemukan campur kode campuran yaitu penyisipan bahasa Inggris dengan bahasa Indonesia, yaitu data (6) *kitchen-nya*, *kitchen* yang berarti ‘dapur’, sedangkan *-nya* merupakan klitik dalam Bahasa Indonesia menjadi *dapurnya*.

## 2. Jenis-jenis campur kode dilihat dari tataran kebahasaannya

Campur kode jika dilihat dari tataran kebahasaannya dibagi menjadi tiga tataran kebahasaan, yaitu campur kode tataran kata, tataran frasa, dan tataran klausa yang ditemukan dalam Instagram TV *Haipuja*. Pembahasan mengenai campur kode dilihat dari tataran kebahasaannya sebagai berikut.

### 2.1 Campur Kode pada Tataran Kata

Kata merupakan satuan terbesar dalam tataran morfologi, dan sebagai satuan terkecil dalam tataran sintaksis (Chaer, 2009:37). Klasifikasi kata yang ditemukan dalam Instagram TV *Haipuja*, yaitu kata dasar, kata berafiks, dan kata ulang (reduplikasi).

#### Campur Kode dalam Bentuk Kata Dasar

Kata dasar merupakan satuan bahasa terkecil yang memiliki makna, kata tersebut belum mengalami penambahan atau perubahan bentuk yang mengakibatkan perubahan makna. Dengan pengertian lain bahwa kata dasar ialah kata yang belum di beri imbuhan dan kata yang menjadi dasar awal pembentukan kata yang lebih besar. Campur kode dalam bentuk kata dasar yang ditemukan dalam video Instagram TV *Haipuja* adalah nomina, pronomina, verba, adjektifa, dan adverbialia. Berikut ini adalah pembahasan campur kode dalam bentuk kata dasar.

### Data dalam Instagram TV *Haipuja*

- (7) "Ya kasih tau biar Niken di *jumah* aja." (D2/IGTV/7 Juni 2021)
- (8) "Yamaha semakin di depan, *tiang* dari Yamaha." (D3/IGTV/7 Juni 2021)
- (9) "Kenapa harus *meli* motor, Bli?" (D3/IGTV/7 Juni 2021)
- (10) "Pak, disini ada tempat *mengkeb* Pak?" (D4/IGTV/28 Juni 2021)
- (11) "*Mudah* cuma tujuh puluh ribu." (D4/IGTV/28 Juni 2021)
- (12) "Mulai sekarang berfikir lebih *smart*." (D6/IGTV/29 Agustus 2021)
- (13) "*Jagi* melihat langsung keadaan sekolah *titiang niki ring* SMK PGRI 5 Denpasar" (D1/IGTV/11 Mei 2021)

Dapat dilihat dari data di atas terdapat campur kode dalam bentuk kata dasar yaitu, data (7) *jumah* (nomina) yang memiliki arti 'rumah', data (8) *tiang* (pronomina) yang memiliki arti 'saya', data (9) *meli* (verba) yang memiliki arti 'membeli', data (10) *mengkeb* (verba) yang memiliki arti 'bersembunyi', data (11) *mudah* (adjektiva), data (12) *smart* (adjektiva) yang memiliki arti 'pintar', dan data (13) *jagi* (adverbial) yang memiliki arti 'akan'.

### Campur Kode dalam Bentuk Kata Berafiks

Afiksasi adalah proses pembubuhan afiks pada sebuah kata dasar atau bentuk dasar. Dalam proses ini terlihat unsur-unsur dasar atau bentuk dasar, afiks, dan makna gramatikal yang dihasilkan (Dhanawati,dkk, 2017:58). Campur kode dalam bentuk kata berafiks pada video Instagram TV *Haipuja* ditemukan penyisipan unsur bahasa daerah dan bahasa asing menggunakan imbuhan dari bahasa asalnya dan kata berafiks dengan imbuhan bahasa Indonesia. Selain itu, dalam video Instagram TV *Haipuja* juga ditemukan kata dasar berafiks dalam bentuk baster.

### Data dalam Instagram TV *Haipuja*

- (14) "Buka-buka maskernya, *pang tawang gobanne*." (D3/IGTV/7 Juni 2021)
- (15) "Anda pernah *touring* pakai motor cowok nggak?" (D3/IGTV/7 Juni 2021)

Dalam data di atas terdapat peristiwa campur kode kata berafiks dalam bahasa daerah (bahasa Bali) dan kata berafiks dalam bahasa asing (bahasa Inggris) ke dalam bahasa Indonesia seperti kata berafiks (14) *gobanne* yang memiliki kata dasar *goban* yang berarti 'rupa' mendapatkan sufiks bahasa daerah menjadi *gobanne*, yang berarti 'rupanya', -ne dalam kata *goban-ne* merupakan klitik orang ketiga tunggal yang berarti "-nya/dia" dan kata berafiks (15) *touring* yang memiliki kata dasar *tour* yang berarti 'wisata' mendapatkan sufiks bahasa Inggris '-ing' menjadi *touring* yang berarti 'berwisata'.

### Campur Kode Kata Berafiks dalam Bentuk Baster

Baster merupakan hasil perpaduan dua unsur bahasa yang berbeda, membentuk satu makna (Suwito, 1983: 76). Dalam Instagram TV *Haipuja* ditemukan beberapa campur kode dalam bentuk baster.

#### Data dalam Instagram TV *Haipuja*

- (16) “Men *meli* lemari, engkenan *ngajak* jalan-jalan?” (D3/IGTV/7 Juni 2021)  
 (17) “Men *meli* lemari, engkenan *ngajak* jalan-jalan?” (D3/IGTV/7 Juni 2021)  
 (18) “Saya mau *nyervice* Bu, *nyervice* bulanan.” (D4/IGTV/28 Juni 2021)  
 (19) “*Bapake* bisa melihat kesana langsung dadosne nanti guru tiang nganterin.” (D1/IGTV/11 Mei 2021)  
 (20) “Eh Pak, kalau *touring* pake motor cowok *sensasine* berbeda, Pak” (D3/IGTV/7 Juni 2021)

Dari data di atas campur kode berafiks dapat dibagi sebagai berikut. Data (16) kata *ngajak* memiliki kata dasar *ajak* kemudian mendapatkan prefiks (bahasa daerah) *Ng-* menjadi ‘*ngajak*’ yang artinya ‘mengajak’, data (17) *meli* berasal dari kata *beli* yang mendapat verba bahasa *N-* yang menjadi /m/ karena adanya /b/ di awal kata dasar *beli*, sehingga *N + beli* menjadi *meli* yang artinya ‘membeli’, data (18) kata *nyervice* yang berasal dari kata dasar *service* (bahasa Inggris) yang memiliki arti ‘servis’ mendapat prefiks *N-*, prefiks *N-* menjadi *Ny-* karena kata dasar diawali dengan /s/ menjadi *nyervice* yang memiliki arti ‘nyervis’, data (19) kata *bapake* yang memiliki kata dasar *bapak* kemudian mendapatkan sufiks (bahasa Bali) *-e* karena kata dasar berakhir dengan konsonan menjadi ‘*bapake*’ yang memiliki arti ‘bapaknya’, dan data (20) *sensasine* yang memiliki kata dasar *sensasi*, kemudian mendapatkan sufiks (bahasa Bali) *-ne* karena kata dasar berakhir dengan vokal menjadi ‘*sensasine*’ yang memiliki arti ‘sensasinya’.

#### Campur Kode dalam Kata Ulang (Reduplikasi)

Reduplikasi adalah pengulangan satuan gramatik, baik seluruhnya maupun sebagian, baik dengan variasi fonem maupun tidak (Ramlan, dalam Dhanawati 2017:60). Campur kode kata ulang yang ditemukan dalam video Instagram TV *Haipuja* ialah campur kode dalam bahasa daerah (bahasa Bali). Berikut pembahasan mengenai campur kode kata ulang yang terdapat dalam Instagram TV *Haipuja*.

#### Data dalam Instagram TV *Haipuja*

- (21) “Om Swastiastu, *inggih-inggih* selamat Pagi.” (D1/IGTV/11 Mei 2021)  
 (22) “*Bli-Bli* mungkin jiwa karate Bli masih melekat.” (D3/IGTV/7 Juni 2021)

Berdasarkan data di atas terdapat peristiwa campur kode kata ulang dalam bahasa Bali, seperti kata ulang (28) *inggih-inggih* yang berarti 'iya-iya', dan kata ulang (29) *Bli-Bli* yang berarti 'kakak laki laki'.

## 2.2 Campur Kode pada Tataran Frasa

Frasa dibentuk dari dua buah kata atau lebih; dan mengisi salah satu fungsi sintaksis (Chaer, 2009:39). Dalam video Instagram TV *Haipuja* terdapat beberapa frasa, yaitu frasa nominal, frasa verbal, frasa adjektival, dan frasa preposisional.

### Data dalam Instagram TV *Haipuja*

- (23) “*Bapake* bisa melihat kesana langsung dadosne nanti *guru tiang* nganterin.” (D1/IGTV/11 Mei 2021)
- (24) “Kok *be tawang*, Pak?” (D3/IGTV/7 Juni 2021)
- (25) “*Jaen gati* makanannya, Buk.” (D1/IGTV/11 Mei 2021)
- (26) “*Luung gati* kamarnya, Buk.” (D1/IGTV/11 Mei 2021)
- (27) “Ya kasih tahu biar Niken *di jumah* aja.” (D1/IGTV/11 Mei 2021)
- (28) “*Men di samping*, sasudahlah. *Ado gen* pertanyaan bapak” (D3/IGTV/7 Juni 2021)

Dalam data di atas terdapat campur kode frasa sebagai berikut. Data (23) *guru tiang* (frasa nominal) yang memiliki arti 'guru saya', data (24) *be tawang* (frasa verbal) memiliki arti 'sudah tahu', data (25) *jaen gati* (frasa adjektival) yang memiliki arti 'enak sekali', data (26) *luung gati* (frasa adjektival) yang memiliki arti 'bagus sekali', data (27) *di jumah* (frasa preposisional) yang memiliki arti 'di rumah', dan data (28) *di samping* (frasa preposisional) yang memiliki arti 'di sebelah'.

## 2.3 Campur Kode pada Tatatan Klausa

Klausa merupakan satuan gramatikal berupa kelompok kata yang sekurang-kurangnya terdiri dari subyek dan predikat, dan mempunyai potensi untuk menjadi kalimat (Kridalaksana, 2008:124).

### Data dalam Instagram TV *Haipuja*

- (29) “Ini baju sama *celanane sampun materik*. (D3/IGTV/7 Juni 2021)
- (30) “Papa ini sibuk Niken, sibuk membanting tulang *time is money*, Niken.” (D7/IGTV/6 November 2021)

Berdasarkan data di atas terdapat campur kode kategori klausa dengan penyisipan unsur bahasa daerah (bahasa Bali) ke dalam bahasa Indonesia dan penyisipan unsur bahasa asing (bahasa Inggris) ke dalam pemakaian bahasa Indonesia.

Data (29)

celanane    sampun materik

S

P

*Celanane sampun materik* merupakan campur kode klausa yang ditemukan dalam Instagram TV *Haipuja* yang memiliki arti ‘celananya sudah disetrika’, pada klausa tersebut terdiri atas kata *celano* yang memiliki arti ‘celana’ menduduki fungsi subjek dan kata *sampun materik* yang memiliki arti ‘sudah disetrika’ menduduki fungsi predikat.

Data (30)

Time        is money

S

P

*Time is money* merupakan campur kode klausa yang ditemukan dalam Instagram TV *Haipuja* yang memiliki arti ‘waktu adalah uang’, pada klausa tersebut terdiri atas kata *time* yang memiliki arti ‘waktu’ menduduki fungsi subjek dan kata *is money* yang memiliki arti ‘adalah uang’ menduduki fungsi predikat.

### 3. Faktor- Faktor Penyebab Campur Kode dalam Instagram TV *Haipuja*

Faktor penyebab campur kode dapat dibagi menjadi dua bagian pokok, yaitu (1) faktor penutur dan dua faktor yang lain, yaitu media bahasa dan tujuan pembicaraan yang disatu kan menjadi (2) faktor kebahasaan (Jendra, 2007:171).

#### 3.1 Faktor Penutur

##### Data dalam Instagram TV *Haipuja*

(31) “*Om Swastiastu*, ada yang bisa dibantu bapak?” (D1/IGTV/11 Mei 2021)

(32) “Kita bisa membuat kita beraktifitas tanpa batas, karewna dunia dalam genggamamu, *the world in your hand*.” (D7/IGTV/6 November 2021)

Dari data (31) tersebut dapat dilihat bahwa penutur berpengaruh dalam bahasa yang digunakan. Dapat dilihat dari latar belakang penutur yang merupakan seseorang yang berasal dari Bali, yaitu Buleleng, Singaraja dan memiliki agama Hindu, sehingga terdapat penyisipan bahasa daerah di dalam pemakaian bahasa Indonesia. Tidak hanya itu, bahasa daerah digunakan agar bahasa daerah khususnya Buleleng tetap lestari dan mencirikan bahwa di Bali sendiri bahasa di setiap daerah beragam antara daerah yang satu dengan daerah yang lainnya. Mungkin jika orang yang berasal dari Jawa atau Sunda, maka bahasa Jawa dan bahasa Sunda sangat berpengaruh dalam penutur, maka dari itu *Haipuja* yang berasal dari Bali, bahasa Bali sangat berpengaruh dalam penggunaan bahasa sehari-hari. Faktor penutur yang

mengalami penyisipan bahasa asing (bahasa Inggris), yaitu contoh data (32) *the world in your hand* yang memiliki arti ' dunia dalam genggamannya'. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa penutur berpengaruh dalam penggunaan bahasa yang digunakan. Dilihat karena faktor penutur, karena Haipuja tinggal di era modern yang mana sudah terpengaruh oleh budaya asing, sehingga penggunaan bahasa menjadi kebarat-baratan. Hal tersebut membuat Haipuja kerap menggunakan bahasa Inggris ke dalam pemakaian bahasa Indonesia. Hal itu juga dilakukan agar penutur terlihat lebih gaul atau kekinian, yang mana jika seseorang berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris atau bahasa asing lainnya maka orang tersebut dapat dikatakan kekinian dan lebih modern dibandingkan dengan orang yang hanya bisa menggunakan bahasa Indonesia saja yang merupakan bahasa nasional.

### 3.2 Faktor Bahasa

#### Data dalam Instagram TV Haipuja

- (33) "Buka-buka maskernya, *pang tawang gobanne*." (D3/IGTV/7 Juni 2021)  
 (34) "Oh bapak lagi buka les *private*?" (D6/IGTV/29 Agustus 2021)

Data di atas terdapat campur kode berdasarkan faktor bahasa yang mengalami penyisipan unsur bahasa daerah yaitu bahasa Bali dan unsur bahasa asing, yaitu bahasa Inggris ke dalam pemakaian bahasa Indonesia dalam video Instagram TV Haipuja. Penyebab campur kode dengan faktor bahasa yang mengalami penyisipan bahasa Bali, yaitu contoh data (40) *pang tawang gobanne* yang memiliki arti 'supaya tau rupanya'. Dari data tersebut dilihat pemilihan tuturan tersebut bertujuan untuk memperjelas bahwa bahasa daerah yang digunakan adalah bahasa yang digunakan dalam tuturan adalah bahasa Buleleng. Penyebab campur kode dengan faktor bahasa yang mengalami penyisipan unsur bahasa Inggris, yaitu contoh data (41) *private* yang memiliki arti 'pribadi'. Dalam pemilihan bahasa *private* digunakan agar bahasa yang digunakan lebih bergengsi dibandingkan dengan bahasa Indonesia. Dari data tersebut dapat dilihat pemilihan bahasa asing digunakan oleh penutur agar memberikan kesan bergengsi dibandingkan dengan bahasa Indonesia, yaitu daging panggang, selain itu kata *steak* dapat mempersingkat penggunaan kalimat.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian campur kode dalam Instagram TV Haipuja dapat disimpulkan sebagai berikut. Ditemukan campur kode berdasarkan asal unsur serapannya, yaitu campur kode ke dalam, campur kode ke luar, dan campur kode campuran. Campur kode ke dalam ditemukan pemakai bahasa Bali, bahasa Sunda, dan bahasa Jawa, campur kode ke luar terdapat penyisipan bahasa asing seperti

bahasa Sansekerta dan bahasa Inggris ke dalam pemakaian bahasa Indonesia, dan campur kode campuran terdapat penggunaan Bahasa Inggris dengan bahasa Indonesia. Campur kode berdasarkan tataran kebahasaannya terdapat campur kode dalam kategori kata, frasa, dan klausa. Dalam kategori ini, campur kode pada kategori kata lebih banyak ditemukan dibandingkan dengan campur kode frasa atau klausa. Terakhir, factor-faktor penyebab terjadinya campur kode dalam Instagram *TV Haipuja* terdapat dua factor, yaitu faktor penutur dan faktor bahasa yang sama-sama mempengaruhi penggunaan Bahasa.

Dengan demikian terdapat beberapa saran, yaitu penelitian campur kode dalam Instagram *TV Haipuja* perlu diperhatikan lagi agar dapat menambah pemahaman khususnya mengenai campur kode. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lagi penelitian sejenis ini terutama dalam bidang campur kode. Penelitian ini masih bisa dikembangkan misalnya dengan membandingkan antara campur kode dengan alih kode yang terdapat dalam Instagram *TV Haipuja*. Selain itu bisa juga dengan menganalisis tindak tutur yang terdapat dalam Instagram *TV Haipuja*, yang mana dalam video-video tersebut ditemukan tuturan untuk menyatakan maksud.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta karunia-Nya dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. I Wayan Pastika, M.S., selaku pembimbing I dan Dra. Ni Wayan Arnati, M.Hum., selaku pembimbing II yang dengan penuh perhatian dan kesabaran yang telah diberikannya dan saran. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada orang tua penulis, Wahyudi dan Diah Yuliana Sari, serta adik tercinta Cahyo Satriojati yang selalu memberikan semangat dan doa, Terima kasih juga penulis sampaikan khususnya teman-teman terdekat saya, Via, Anis, Lala, Selasih, Nita, Manika, Angel, Salsa, Linda, dan Putri Kusuma.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adinda dan Syafyah, Leni. 2010. *Pengantar Sociolinguistik*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Alwi, Hasan dkk. 2010. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia. Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Ariesta, Nisya Ayu. 2017. *Bentuk dan Faktor Campur Kode Dalam Vidio Youtube Kaesang Tahun 2017*. [https://repository.usd.ac.id/35078/2/154114052\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/35078/2/154114052_full.pdf) (Diakses tanggal 25 Desember 2020).
- Aslinda, dan Leni Syafyahya. 2010. *Pengantar Sociolinguistik*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Chaer, Abdul dan Leoni Agustina. 2014. *Sociolinguistik Perkenalan Awal. Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rineka Cipta. Chaer, Abdul. 2015. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leoni Agustina. 2015. *Sintaksis Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cika, I Wayan; Ni Wayan Arnati; Made Sri Satyawati. 2020. *Bahasa Indonesia Buku Ajar untuk Mahasiswa*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Dhanawaty, Ni Made, Ni Made Sri Satyawati, Ni Putu N. Widarsini. 2017. *Pengantar Linguistik Umum*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Djajasudarma, Fatimah. 2010. *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Gumperz. 1982. *Language and social identity*. London: Cambridge University Press.
- Indi. 2018. *Puja Astawa Jadi Selebgram Bali*. <https://www.nusabali.com/berita/24536/puja-astawa-jadi-selebgram-bali> (Diakses tanggal 27 Desember 2020).
- Jendra, I Wayan. 2007. *Sociolinguistik: Teori dan Penerapannya*. Denpasar: Paramita.
- Lakamola, Tamariska. 2020. *Campur Kode Bahasa Indonesia dalam Saluran Youtube Segmen "Beropini" Karya Gita Savitri Devi (Skripsi)*. Program Studi Sastra Indonesia, Universitas Udayana Denpasar.
- Khairah, Miftahul dan Sakura Ridwan. 2014. *Sintaksis Memahami Satuan Kalimat Perspektif Fungsi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kridalaksana, Harimurti. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kridalaksana, Harimurti. 1986. *Kelas Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kridalaksana, Harimurti. 2007. *Pembentukan Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode dan Tekniknya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nababan, P.W.J. 1993. *Sociolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.

- Pride, J.B dan Janet Holmes. 1972. *Sociolinguistics*. Penguin Books.
- Rokhman, Fathur. 2013. *Sociolinguistik: Suatu Pendekatan Pembelajaran Bahasa dalam Masyarakat Multikultural*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudaryanto. 1988. *Bagian Pertama: Ke Arah Memahami Metode Linguistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sudaryanto. 1988. *Bagian Kedua: Metode dan Aneka Teknik Pengumpulan Data*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sudaryanto. 1993. *Metode Dan Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Widyaningtyas, Risma. 2018. *Alih Kode dan Campur Kode dalam Vidio Blogger*. [http://eprints.undip.ac.id/63508/1/Skripsi\\_full.pdf](http://eprints.undip.ac.id/63508/1/Skripsi_full.pdf) (Diakses tanggal 27 Desember 2020).
- Widyaningrum, Heny Kusuma. 2017. *Campur Kode Siaran Radio Most FM Penyiar Ari di Kota Malang*. Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya, Vol. 3 No. 1 Tahun 2017 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun. Hal 49-54.

## PROFIL PENULIS

**Arum Sekar Melati** adalah mahasiswa Program Sastra Indonesia Angkatan 2018. Pada tahun 2018, pernah menjadi anggota bidang kekeluargaan Himpunan Mahasiswa Sastra Indonesia. Pada tahun 2019, pernah menjadi wakil ketua Himpunan Mahasiswa Sastra Indonesia.

**Prof. Dr. I Wayan Pastika, M.S.** adalah profesor linguistik dan bahasa Indonesia di Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana. Pendidikan doktornya dalam bidang linguistik diselesaikan di Department of Linguistics Faculty of Arts, The Australian National University di Australia tahun 2000, dengan disertasinya bertajuk *Voice Selection in Balinese Narrative Discourse*. Sejak 1 November 1985 - sekarang menjadi staf pengajar di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Udayana dan 1 April 2017 - 1 April 2019 mengajar linguistik dan bahasa Indonesia di Graduate School of Language and Culture Osaka University, Jepang. Buku yang diterbitkan tiga tahun terakhir: *Fonetik dan Fonologi: Tata Bunyi Bahasa* (2019), *Teks Media: Bahasa Politik Acara Televisi Indonesia* (2020), *Bahasa Indonesia Buku Ajar untuk Mahasiswa* (ko-editor, 2020). Linguistik Forensik diberi perhatian tiga tahun terakhir dan beberapa makalah seminar dalam topik itu telah ditulisnya.

**Dra. Ni Wayan Arnati, M.Hum.** adalah dosen Prodi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana. Beliau lahir di Denpasar, 19 April 1957. Tamat S1

pada tahun 1982 dengan judul skripsinya *Perkiraan Waktu Pisah dan Pengelompokan Sepuluh Bahasa Daerah Nusa Tenggara, Sebuah Kajian Glottokronologi* dan tamat S2 pada tahun 1996 prodi Linguistik mengambil kajian makrolinguistik (sosiolinguistik) dengan judul disertasi *Kedwibahasaan di Kajian Etnis Bali di Bali*. Diangkat sebagai CPNS pada Maret 1983. Mengabdikan di Prodi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana selama 39 tahun dan akan menjadi purna bakti pada 30 April 2022.