



Pilihan Bahasa pada Konten Youtube Noona Rosa: Kajian Sociolinguistik

Leylil Nikmatur Rofiah ¹, Arinda Lintang Ayu Sekar ², Yudha Dwi Purwanti ³,
Ayunda Riska Puspita ⁴

¹⁻⁴ Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Email: Leylilnikmatur@gmail.com *, arindasekar4@gmail.com , dwi7777@gmail.com ,
puspita@iainponorogo.ac.id

Alamat: Jalan Pramuka No. 156, Ronowijayan, Siman, Tonatan, Kec. Ponorogo, Kab.
Ponorogo Jawa Timur 63471, Indonesia

Korespondensi penulis: Leylilnikmatur@gmail.com *

Abstract. *This study aims to analyze the phenomenon of code-switching and code-mixing in YouTube content by Noona Rosa as a linguistic practice in a multilingual digital context. Using a descriptive qualitative approach, data were collected from several of Noona Rosa's uploaded videos and analyzed in terms of form, function, and influencing factors in the use of Indonesian and Korean code variation. The findings reveal that code-switching is employed to express emotions, reinforce cultural identity, and build rapport with bilingual audiences. Meanwhile, code-mixing commonly appears in the insertion of Korean cultural terms into Indonesian sentence structures, serving as a communicative strategy of identity and cultural meaning preservation. The influencing factors include social context, speaker identity, discussion topics, and emotional expression. These findings contribute significantly to sociolinguistic studies and highlight how digital media serves as a platform for multicultural identity expression.*

Keywords: *code switching, code mixing, cultural identity, YouTube, sociolinguistics*

Abstrak. Penelitian ini membahas tentang Pilihan Bahasa pada media sosial dalam konten Youtube Noona Rosa dari perspektif Sociolinguistik. Fenomena Pilihan Bahasa mencerminkan dinamika penggunaan bahasa dalam masyarakat bilingual, khususnya dalam konteks media digital. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, data dikumpulkan dari video yang diunggah oleh Noona Rosa dan analisis berdasarkan bentuk, fungsi, serta faktor yang memengaruhi Pilihan Bahasa antara bahasa Indonesia dan bahasa Korea. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alih kode digunakan untuk menyampaikan emosi, memperkuat identitas budaya, dan membangun koneksi dengan audiens bilingual. Campur kode lebih banyak muncul dalam penyisipan istilah budaya Korea ke dalam struktur kalimat Indonesia, berfungsi sebagai strategi komunikasi identitas dan pelestarian budaya. Faktor-faktor yang mempengaruhi meliputi konteks sosial, identitas penutur, topik pembicaraan, serta ekspresi emosional. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam kajian Sociolinguistik dan menunjukkan bagaimana media digital menjadi arena ekspresi identitas multikultural.

Kata kunci: Alih Kode, Campur Kode, Identitas Budaya, YouTube, Sociolinguistik.

1. LATAR BELAKANG

Media sosial saat ini telah menjadi ruang interaksi digital yang sangat dinamis, di mana fungsi bahasa berkembang: tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penanda identitas dan ekspresi budaya (Zai & Zebua, 2024). YouTube, sebagai salah satu platform berbagi video terbesar, menjadi wadah bagi individu dan komunitas untuk mengekspresikan ide, menyampaikan budaya, dan membangun identitas melalui konten yang mereka ciptakan (Saifulloh & Hariyanto, 2024). Di Indonesia, fenomena ini sangat terlihat melalui kanal Youtube seperti Noona Rosa. Penelitian ini memilih kanal Youtube Noona Rosa karena

menampilkan penggunaan bahasa Korea, Indonesia secara alami dalam situasi santai, sehingga menjadi sumber yang tepat untuk mengamati alih kode dan campur kode. Ungkapan-ungkapan Korea sering dicampur dalam kalimat berbahasa Indonesia atau sebaliknya, mencerminkan dinamika komunikasi lintas bahasa. Selain itu, channel ini memiliki audiens multikultural, sehingga strategi bahasa yang digunakan relevan untuk dianalisis khususnya dalam konteks pembelajaran Sociolinguistik dan Pragmatik.

Dalam kajian Sociolinguistik, campur kode dan alih kode termasuk dua fenomena pilihan bahasa yang sering terjadi pada penutur multibahasa. Terkait dengan bahasa sebagai sarana komunikasi, seseorang tidak hanya perlu berinteraksi dengan anggota masyarakat berbahasa serupa, tetapi juga harus bisa berkomunikasi dengan orang-orang dari bahasa dan daerah yang berbeda. Hal ini penting untuk memudahkan proses sosialisasi, di antara individu yang menguasai lebih dari satu bahasa, sering kali muncul fenomena yang bisa dianggap sebagai gangguan atau interferensi dalam berbahasa. Tehlander dalam Chaer menjelaskan hal ini dengan mengemukakan bahwa dalam sebuah percakapan terjadi perpindahan dari satu klausa dalam satu bahasa ke klausa dalam bahasa lain, maka itu disebut alih kode. Namun, jika dalam peristiwa percakapan, klausa dan frasa yang digunakan merupakan campuran dari beberapa bahasa, dan masing-masing klausa atau frasa tidak lagi menjalankan fungsi semestinya, maka fenomena tersebut disebut campur kode, bukan alih kode. Beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya alih kode mencakup hubungan antara pembicara dan pendengar, variasi bahasa yang digunakan, tujuan percakapan, topik yang dibahas, serta waktu dan tempat berbicara (Ida Agustinuraida, 2020). Alih kode (*code-switching*) dan campur kode (*code-mixing*) dalam konten YouTube menawarkan objek penelitian menarik (Enjelita & Dianita Indrawati, 2021). Alih kode mencerminkan peralihan antar bahasa dalam satu tuturan, sedangkan campur kode menunjukkan penyisipan unsur bahasa asing ke dalam bahasa utama dalam satu kalimat atau frasa (Samosir dkk., 2024). Fenomena tersebut mencerminkan dinamika sosial budaya serta strategi komunikasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Adrianto, 2025).

Penelitian terdahulu telah mendokumentasikan berbagai bentuk alih kode di kalangan YouTuber Indonesia, terutama antara bahasa Indonesia dan Inggris, baik sebagai sarana membahas topik tertentu maupun mengekspresikan solidaritas. Kajian tersebut juga menyoroti faktor penentu seperti identitas penutur, karakter audiens, dan dinamika topik pembicaraan (A. A. Putri dkk., 2021). Namun, sejauh ini masih terbatas kajian yang memfokuskan diri pada konten kanal Noona Rosa. Padahal kanal ini menghadirkan kombinasi budaya Korea–Indonesia yang khas dan potensial untuk dianalisis lebih dalam.

Dengan demikian, diperlukan penelitian khusus yang menelusuri variasi bahasa dalam kanal ini dari perspektif Sociolinguistik. Analisis ini diharapkan mampu menjelaskan bagaimana alih dan campur kode dalam Bahasa Indonesia-korea, serta faktor yang mempengaruhi praktik tersebut.

2. KAJIAN TEORITIS

Dalam kajian Sociolinguistik, penggunaan bahasa yang tidak formal dan campuran, seperti Pilihan Bahasa, merupakan fenomena yang menarik untuk dipelajari (Kaamiliyaa dkk., 2023). Alih kode adalah penggunaan bahasa yang berbeda dalam situasi yang sama, sedangkan campur kode adalah penggunaan elemen-elemen bahasa yang berbeda dalam satu kalimat atau percakapan (Khoyriyah dkk., 2024). Campur kode terjadi bilamana orang mencampur dua atau lebih bahasa atau ragam bahasa dalam suatu tindak bahasa tanpa ada yang menuntut percampuran Bahasa (Sukmana dkk., 2021). Penyebab terjadinya alih kode disebutkan antara lain, yaitu: (1) pembicara atau penutur, (2) pendengar atau lawan tutur, (3) perubahan situasi dengan hadirnya orang ketiga, (4) perubahan dari formal ke informal atau sebaliknya, (5) perubahan topik pembicaraan. selain lima hal tersebut sesungguhnya masih banyak faktor atau variabel yang menyebabkan terjadinya peristiwa alih kode. Penyebab ini biasanya sangat berkaitan dengan verbal repertoire yang terdapat dalam suatu masyarakat tutur serta bagaimana status sosial yang dikenakan oleh para penutur terhadap bahasa-bahasa atau ragam-ragam bahasa yang terdapat dalam masyarakat tutur tersebut (Waruwu dkk., 2023).

Teori identitas menjelaskan bahwa penggunaan bahasa yang berbeda dapat merefleksikan identitas sosial dan budaya seseorang (B. T. Putri dkk., 2025). Selain itu, teori kekuasaan juga menjelaskan bahwa penggunaan bahasa yang berbeda dapat merefleksikan kekuasaan dan status sosial seseorang (Gurning dkk., 2024). Dalam konteks media sosial seperti YouTube, penggunaan Pilihan Bahasa dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan tertentu, seperti membangun identitas online dan berinteraksi dengan audiens (Handayani & Mintowati, 2024).

Komunikasi yang efektif memerlukan pemahaman tentang konteks sosial dan budaya. Oleh karena itu, penggunaan Pilihan Bahasa dalam konten YouTube Noona Rosa dapat dipahami sebagai upaya untuk membangun hubungan dengan audiens dan memperkuat identitas online. Selain itu, teori performativitas juga dapat digunakan untuk menganalisis penggunaan Pilihan Bahasa dalam konten YouTube Noona Rosa. Performativitas adalah proses di mana identitas sosial dan budaya dibentuk dan diperkuat melalui tindakan dan perilaku (Rusfandi, 2024). Dalam konteks ini, penggunaan Pilihan Bahasa dapat dipahami

sebagai tindakan performatif yang membentuk dan memperkuat identitas online Noona Rosa. Selain itu, teori komunitas bahasa juga dapat digunakan untuk menganalisis penggunaan Pilihan Bahasa dalam konten YouTube Noona Rosa.

Komunitas bahasa adalah kelompok orang yang berbagi bahasa dan budaya yang sama (Gavrila, 2022). Dalam konteks ini, penggunaan Pilihan Bahasa dalam konten YouTube Noona Rosa dapat dipahami sebagai upaya untuk membangun komunitas bahasa online dan memperkuat identitas online. Dengan demikian, penelitian ini akan menganalisis penggunaan Pilihan Bahasa dalam konten YouTube Noona Rosa untuk memahami fungsi sosial dan budaya dari penggunaan bahasa tersebut, serta bagaimana penggunaan tersebut membentuk dan memperkuat identitas online Noona Rosa.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena alih kode, campur kode dalam konten YouTube Noona Rosa secara mendalam dan kontekstual. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji fenomena linguistik dalam konteks alami, khususnya dalam interaksi sosial digital yang kompleks.

Sumber data dalam penelitian ini adalah video yang diunggah di kanal YouTube Noona Rosa, yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti kehadiran penutur dengan latar belakang budaya Korea dan Indonesia, serta penggunaan bahasa yang beragam dalam percakapan. Video-video tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi dan memahami variasi bahasa yang muncul, termasuk Pilihan Bahasa.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik simak dan catat, dengan menonton video secara menyeluruh, mencatat tuturan yang mengandung variasi bahasa, dan mentranskripsikan bagian-bagian penting dari percakapan. Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi jenis-jenis variasi bahasa, mengklasifikasikan berdasarkan bentuk dan fungsi, serta menginterpretasikan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan variasi bahasa tersebut. Analisis ini dilakukan secara induktif, dengan fokus pada pemahaman makna dan fungsi penggunaan variasi bahasa dalam interaksi sosial digital.

Dengan metode penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai variasi bahasa dalam konten YouTube Noona Rosa, serta faktor-faktor Sociolinguistik yang mempengaruhinya, sehingga dapat memberikan kontribusi signifikan dalam kajian bahasa dan media digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis serta temuan data terhadap bentuk Pilihan Bahasa yang digunakan oleh *conten creator* Noona Rosa dalam beberapa video yang ia unggah dalam kanal youtubanya. Data yang dikaji berfokus pada peralihan antara Bahasa Indonesia dan Bahasa Korea, yang muncul dalam berbagai bentuk komunikasi lisan pada video. Berikut adalah uraian data beserta pembahasan Sociolinguistiknya dan factor yang mempengaruhi praktik tersebut.

Alih Kode

Alih kode dapat digambarkan sebagai peristiwa berpindahnya penggunaan bahasa dari satu jenis bahasa ke jenis bahasa lain atau dari variasi satu bahasa ke variasi bahasa yang berbeda. Berikut analisis alih kode pada kanal Youtube Noona Rosa.

1. Data 1 “Halo semuanya! *Oneureun Bandung- eseo achim meogeureo gal geoyeyo* (hari ini aku akan sarapan di Bandung)”

Kalimat tersebut merupakan alih kode dari bahasa Indonesia ke Bahasa Korea, penggunaan Bahasa Korea pada pembukaan video menunjukkan strategi komunikasi dan mengakomodasi audiens bilingual sekaligus memperkuat citra multikultural Rosa sebagai *content creator*. Hal ini juga mencerminkan sikapnya dalam menjaga hubungan sosial dengan masyarakat Korea, sekaligus memperluas jangkauan audiensnya. Ucapan ini termasuk faktor partisipan karena berkaitan dengan kepada siapa tuturan disampaikan. Dalam konteks Noona Rosa, audiensnya terdiri atas penutur bahasa Indonesia dan bahasa Korea.

2. Data 2 “Wah, orangnya ramah banget *neomu chinjeolhaeyo* (sangat ramah)”

Pemakaian ekspresi pujian dalam Bahasa Korea pada kalimat tersebut menunjukkan emosi positif, memperlihatkan kecenderungan Rosa untuk menggunakan Bahasa Korea untuk intensitas perasaan. Ini menandakan bahwa Bahasa Korea berperan sebagai Bahasa identitas emosional yang lebih dekat dengan dirinya, sementara Bahasa Indonesia berfungsi sebagai Bahasa narasi utama karena Bahasa berganti untuk antar kalimat. Hal tersebut menunjukkan alih kode dengan fungsi afektif dan ekspresif. Ucapan tersebut termasuk faktor topik pembicaraan karena topik tersebut cenderung lebih nyaman atau lebih natural untuk disampaikan dalam bahasa yang digunakan. Misalnya, saat topik berkaitan dengan budaya Korea, Rosa memilih bahasa Korea untuk menjaga kekhasan konteksnya.

3. Data 3 “Guys, kita sampai dipasar malam *bunwigi neomu joayo* (suasananya sangat bagus)”

Alih kode ini menggambarkan transisi dari informasi factual ke penilaian subjektif. Ini mencerminkan pergeseran fungsi komunikatif dari informatif ke ekspresif. Hal ini menegaskan bahwa Bahasa Korea digunakan untuk menyampaikan impresi subjektif yang lebih hidup dan bernuansa, memperlihatkan fleksibilitas fungsi Bahasa dalam interaksi sosial. Ujaran tersebut termasuk faktor emosional dan psikologis karena Alih kode sering dipakai untuk mengekspresikan emosi atau perasaan secara lebih kuat. Bahasa asing terkadang lebih merepresentasikan perasaan si penutur dibanding bahasa utama.

4. Data 4 “Terima kasih sudah nonton sampai habis, *daeume tto bwayo* (sampai jumpa lagi nanti!)”

Kalimat tersebut merupakan alih kode karena berpindah Bahasa pada batas kalimat, pergeseran dari informasi factual (Bahasa Indonesia) ke ekspresi subjektif (Bahasa Korea) menuntukkan fungsi pragmatic dan ekspresif alih kode. Kalimat ini merupakan penutup video yang menggunakan alih kode untuk menciptakan kesan akrab dengan audiens Korea. Penggunaan Bahasa Korea disini menciptakan rasa keakraban bagi audiens Korea, sekaligus menunjukkan identitas ganda yang dinamis dan adaptif dalam konteks globalisasi media digital. Ujaran tersebut termasuk faktor situasi atau konteks karena pemilihan bahasa dipengaruhi oleh konteks saat berbicara, apakah formal, santai, ekspresif, atau naratif. Rosa sering berganti bahasa berdasarkan bagian video, misalnya pembukaan, narasi, atau penutup.

5. Data 5: “Ini beda sama bakso ya? Ohh beda. mmhh *mashitta-mashitta* (enak-enak)”

Data menunjukkan adanya alih kode dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Korea pada bagian akhir tuturan, tepatnya pada penggunaan kata “*mashitta-mashitta*” yang berarti “enak.” Alih kode ini menandai pergeseran fungsi dari penyampaian informasi faktual ke ekspresi subjektif yang bersifat emosional dan ekspresif. Penggunaan kosakata Korea bukan hanya sebagai penanda rasa, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang mencerminkan identitas penutur yang adaptif dan terbuka terhadap pengaruh budaya populer di Korea. Ujaran tersebut termasuk dalam faktor emosional dan psikologis karena Alih kode sering dipakai untuk mengekspresikan emosi atau perasaan secara lebih kuat. Bahasa asing terkadang lebih merepresentasikan perasaan si penutur dibanding bahasa utama.

6. Data 6: “*Geurigo, neomu* panas banget (terus, juga di sini)”

Kalimat “*geurigo, neomu* panas banget (terus di sini)” merupakan contoh alih kode karena ad perpindahan dari Bahasa Korea ke Bahasa Indonesia. Kata “*geurigo*” berarti (terus juga) dan “*neomu*” berarti “sangat,” yang kemudian disambungkan dengan “panas banget” dalam Bahasa Indonesia. Alih kode ini termasuk alih kode intern karena terjadi dalam satu kalimat oleh satu penutur. Fungsi dari alih kode ini bersifat ekspresif, yaitu untuk menyampaikan perasaan atau kondisi penutur terhadap cuaca yang panas. Ujaran tersebut termasuk dalam faktor identitas dan solidaritas sosial karena pemilihan bahasa mencerminkan identitas Rosa sebagai orang Korea yang juga aktif di media Indonesia. Dengan menggunakan Bahasa Korea dan Indonesia bergantian, Rosa membangun identitas ganda dan solidaritas lintas budaya.

Campur Kode

Campur kode ialah tindakan memilih salah satu kode dari pada kode lainnya atau fenomena mencampur dua kode secara bersama-sama dalam tuturan untuk menghasilkan sebuah ragam bahasa tertentu. Terdapat peristiwa campur kode dalam kanal Youtube Noona Rosa terdapat dalam data temuan berikut ini.

1. Data 1 “ini *tteokbokki* nya enak banget, teksturnya kenyal dan pedas”

Kata *tteokbokki* adalah sejenis makanan pedas dari korea, dimasukkan dalam struktur kalimat Indonesia bahkan diberi akhiran “-nya” dari bahanya Indonesia. Ini adalah bentuk campur kode penyisipan (*insertional code mixing*), karena kata asing itu melebur dalam struktur sintaksis local. Rosa tidak menerjemahkan istilah ini karena mengandung makna budaya yang tidak tergantikan. Rosa menggunakan campur kode untuk mempertahankan autentisitas identitas kuliner korea sambal tetap komunikatif bagi audiens Indonesia. Ujaran tersebut termasuk dalam faktor lingkungan sosial dan budaya karena Rosa menggunakan istilah *tteokbokki* untuk mempertahankan makna budaya asli dari makanan Korea tersebut. Dalam konteks lingkungan sosial yang akrab dengan budaya Korea (terutama lewat media), penyebutan nama asli dianggap lebih relevan dan berkontribusi dalam pengenalan budaya.

2. Data 2 “kita harus coba *maeun tang* yang ini, baunya menggoda banget”

Dalam kalimat tersebut *maeun tang* adalah sup tradisional korea. Rosa menyisipkan frasa ini tanpa menerjemahkannya, meskipun kalimat lainnya menggunakan Bahasa Indonesia. Ini adalah contoh dari campur kode penyisipan di tingkat frasa nominal, karena Rosa adalah penutur asli, ia tidak sedang menunjukkan keterbatasan bahasa melainkan menggunakan campur kode sebagai strategi komunikasi

budaya untuk menegaskan jenis makanan dan mengundang ketertarikan audiens local terhadap kuliner khas korea. Ujaran tersebut termasuk dalam faktor keterbatasan kosakata dalam bahasa yang digunakan karena kata *Maeun tang* sebagai jenis makanan tradisional Korea tidak memiliki padanan yang tepat dalam Bahasa Indonesia. Rosa memilih mempertahankan istilah aslinya karena terjemahan tidak mampu menggambarkan jenis makanan tersebut secara utuh.

3. Data 3 “pas masuk, langsung disambut dengan *ahjumma* yang ramah”

Dalam kalimat tersebut *ahjumma* adalah istilah sosial dalam Bahasa korea yang berarti Wanita paruh baya. Rosa menyisipkannya ke dalam kalimat Indonesia sebagai bentuk campur kode yang sarat makna sosial. Kata *ahjumma* memiliki konotasi yang tidak dimiliki oleh padanan “ibu-ibu” dalam Bahasa Indonesia. Oleh karena itu, Rosa tetap mempertahankannya sebagai upaya untuk menyampaikan relasi sosial khas korea kepada penonton. Di sini, campur kode berfungsi sebagai penjaga makna budaya dan alat representasi nilai etnis. Ujaran tersebut termasuk dalam faktor lingkungan sosial dan Budaya karena kata *ahjumma* membawa nilai sosial dan budaya khas Korea yang tidak tergantikan oleh kata “ibu-ibu.” Dalam komunitas yang sudah akrab dengan budaya Korea, istilah ini lebih bermakna dan membantu menciptakan nuansa lokalitas Korea dalam narasi.

4. Data 4 “haloo mau makan, ah *igeone* nasi campur”

Dalam kata “*igeone*” yang memiliki arti “yang ini” menunjukkan campur kode penyisipan. Meskipun Rosa menerjemahkan secara tidak langsung melalui konteks, ia tetap mempertahankan bentuk aslinya untuk memberi nuansa khas Korea. Campur kode ini berfungsi sebagai gaya tutur ekspresif dan mencerminkan pengaruh budaya populer Korea dalam cara berbicara tanpa menghilangkan makna bagi audiens lokal. Ujaran tersebut termasuk dalam faktor prestise sosial dari bahasa asing karena Rosa menggunakan *igeone* untuk menampilkan gaya tutur yang terpengaruh oleh budaya Korea yang kini dianggap modern dan trendi. Penggunaan kosakata Korea dalam percakapan sehari-hari mencerminkan posisi Bahasa Korea sebagai simbol gaya hidup yang fashionable di kalangan anak muda.

5. Data 5 “*yedeura* sarapan di Surabaya *jinjja* beda banget sama di Bandung”

Kalimat ini mengandung dua elemen dari Bahasa Korea, yakni “*yedeura*” yang berarti teman-teman, anak-anak atau sapaan ke teman dekat dan “*jinjja*” yang artinya “benar-benar” atau “banget.” Ini merupakan campur kode intra-kalimat dan termasuk dalam campur kode campuran (*mixed code mixing*) karena lebih dari satu kata asing yang

digunakan dalam satu kalimat. Rosa menggunakan istilah ini bukan karena keterbatasan berbahasa Indonesia, melainkan sebagai bentuk ekspresi identitas dan kedekatan emosional dengan budaya Korea. Penggunaan *jinjja* dan *yedeura* juga menambah warna emosional khas dalam komunikasi antar teman yang mungkin tidak sepenuhnya terwakili oleh padanan dalam Bahasa Indonesia. Ujaran tersebut termasuk dalam faktor prestise sosial dari bahasa asing karena Rosa menggunakan istilah Korea seperti *yedeura* dan *jinjja* sebagai bagian dari gaya tutur yang merepresentasikan kedekatannya dengan budaya Korea yang sedang naik daun. Bahasa Korea dipilih sebagai bentuk gaya hidup modern dan representasi personal yang dinilai positif oleh audiens.

6. Data 6 “kami sekarang masih di Surabaya, dan sekarang jam berapa *nampyeon*? Jam setengah 8 masih pagi banget”

Dalam kalimat tersebut terdapat kata *nampyeon* yang berarti “suami,” digunakan dalam kalimat berbahasa Indonesia. Bentuk ini merupakan bentuk campur kode penyisipan pada tingkat kata. Meskipun memiliki padanan Bahasa Indonesia, Rosa memilih mempertahankan istilah Korea ini untuk menjaga nuansa relasi sosial dan budaya yang khas. Penggunaan *nampyeon* mengandung makna simbolik karena dalam konteks budaya Korea sebutan ini bisa mengekspresikan keintiman yang berbeda dibanding istilah “suami.” Maka, campur kode di sini berfungsi sebagai penjaga makna kultural dan ekspresi identitas pribadi dalam konteks lintas budaya. Ujaran tersebut termasuk dalam faktor lingkungan sosial dan budaya karena istilah *nampyeon* memiliki nilai budaya dan relasi emosional dalam konteks sosial Korea. Rosa memilih mempertahankannya untuk menunjukkan keakraban relasi khas budaya Korea dalam kehidupan sehari-harinya, yang juga mencerminkan interaksi lintas budaya dalam lingkungan sosialnya

Faktor- Faktor Pilihan Bahasa

Pilihan Bahasa merupakan dua fenomena linguistik yang lazim terjadi dalam masyarakat bilingual atau multilingual (Goldfine, 2024). Secara umum, terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi terjadinya alih kode. Pertama, faktor partisipan atau lawan bicara sangat menentukan pemilihan bahasa. Penutur cenderung menyesuaikan bahasa yang digunakan tergantung kepada siapa mereka berbicara, apakah itu teman sebaya, orang yang lebih tua, atau orang asing. Kedua, faktor topik pembicaraan turut memengaruhi, karena topik tertentu seperti akademik, budaya, atau teknologi mungkin lebih sesuai disampaikan dalam bahasa tertentu. Ketiga, situasi atau konteks juga memainkan peran penting; dalam situasi formal biasanya digunakan bahasa baku, sedangkan dalam konteks informal penutur bisa lebih

bebas beralih bahasa. Selain itu, faktor emosional dan psikologis turut mendorong terjadinya alih kode, terutama ketika penutur ingin mengekspresikan emosi tertentu secara lebih kuat atau intim. Terakhir, faktor identitas dan solidaritas sosial juga berpengaruh, karena penggunaan bahasa tertentu bisa merepresentasikan kedekatan budaya atau kelompok sosial (Umifa dkk., 2022).

Sementara itu, campur kode terjadi karena beberapa alasan yang juga kompleks. Salah satu faktor utamanya adalah keterbatasan kosakata dalam bahasa yang digunakan, sehingga penutur menyisipkan kata atau frasa dari bahasa lain untuk menyampaikan makna yang lebih tepat (Manaf, 2021). Selain itu, kebiasaan bilingual atau multilingual dalam kehidupan sehari-hari membuat campur kode menjadi bagian dari gaya berbahasa yang alami. Faktor lingkungan sosial dan budaya, terutama dalam komunitas urban yang heterogen, juga turut mendorong terjadinya campur kode karena penutur sering bersentuhan dengan lebih dari satu bahasa. Campur kode juga sering digunakan untuk tujuan estetis atau gaya komunikasi, seperti memberi kesan modern, trendi, atau ekspresif. Di era globalisasi, pengaruh budaya asing melalui media, teknologi, dan hiburan semakin memperkuat kecenderungan mencampurkan istilah asing dalam komunikasi. Terakhir, prestise sosial dari bahasa asing tertentu juga bisa menjadi motivasi, di mana penggunaan kata-kata dari bahasa yang dianggap bergengsi mencerminkan citra diri yang modern atau terpelajar. Kedua fenomena ini tidak hanya mencerminkan kemampuan linguistik penutur, tetapi juga menjadi cerminan dinamika sosial dan identitas budaya dalam praktik berbahasa (Desanti dkk., 2023).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Fenomena Pilihan Bahasa dalam konten YouTube Noona Rosa bukan sekadar pergeseran bahasa, melainkan bentuk komunikasi strategis yang memperlihatkan dinamika identitas budaya, ekspresi emosional, dan keterhubungan sosial dalam ruang digital. Alih kode cenderung digunakan dalam konteks emosional dan ekspresif, sedangkan campur kode menunjukkan pengaruh budaya dan gaya tutur khas penutur bilingual. Praktik ini mencerminkan fleksibilitas berbahasa serta adaptasi terhadap audiens yang beragam, sekaligus memperlihatkan bagaimana media digital menjadi lahan konstruksi identitas lintas budaya.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian dengan melibatkan kanal YouTube lain yang juga memadukan budaya atau bahasa berbeda, serta melibatkan respon dari audiens untuk mendapatkan pemahaman lebih utuh mengenai dampak linguistik dan sosial dari praktik alih dan campur kode. Selain itu, kajian ini dapat dijadikan acuan dalam

pengembangan literasi bahasa dan budaya digital, khususnya di kalangan generasi muda yang hidup dalam lingkungan multilingual.

DAFTAR REFERENSI

- Adrianto, Q. A. (2025). Analisis Penggunaan Variasi Bahasa Indonesia pada Akun Instagram Ria Ricis (@riaricis1795). *BLAZE: Jurnal Bahasa dan Sastra dalam Pendidikan Linguistik dan Pengembangan*, 3(1), 100–107.
- Agusti Nuraida, Ida. (2020). Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Tuturan Bahasa Indonesia Oleh Mahasiswa Prodi Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Galuh Ciamis. *Diksatrasia*, 1(2), 66.
- Desanti, L. A., Kurnia, I., Lestari, S. A., & Hilapok, A. (2023). Analisis Campur Kode Dalam Novel “Mariposa” Karya Luluk HF. *Jurnal Basataka (JBT)*, 6(1), 201–207.
- Enjelita, S., & Dianita Indrawati, S. S. (t.t.). *Pilihan Bahasa Dalam Konten Podcast Youtube Dedy Corbuzier: 8 Desember 2021*. Diambil 10 Juni 2025, dari <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-sapala/article/view/48359>
- Gavrila, A. O. (2022). Analisis pengaruh globalisasi terhadap eksistensi bahasa Indonesia sebagai unsur identitas nasional. *Jurnal Kalacakra*, 3(2022). <https://pdfs.semanticscholar.org/fdec/740623315336ce3033aced26acd8c61bad6a.pdf>
- Goldfine, A. (2024). Campur Kode Dan Alih Kode Dalam Interaksi Bilingual Pada Lingkup Komunitas Game Online. *Bestari: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pengajarannya*, 2(2), 172–184.
- Gurning, R. A., Sipayung, W. W., Sinurat, E., & Saragih, Y. S. (2024). Analisis Sociolinguistik: Perspektif Bahasa Dalam Masyarakat. *Realisasi: Ilmu Pendidikan, Seni Rupa dan Desain*, 1(4), 238–245.
- Handayani, W., & Mintowati, M. (2024). Pilihan Bahasa Dalam Ceramah Ning Umi Laila Pada Media Youtube: Kajian Sociolinguistik. *Bapala*, 11(03), 146–157.
- Kaamiliyaa, S., Irawati, R. P., & Kuswardono, S. (2023). Pilihan Bahasa Dalam Interaksi Sehari-Hari Oleh Santriwati Pondok Modern Darul Falach Temanggung (Kajian Sociolinguistik). *Lisanul Arab: Journal of Arabic Learning and Teaching*, 12(1), 94–111.
- Khoyriyah, D., Berkatihah, B., Siregar, A. R., & Sari, Y. (2024). Pilihan Bahasa dalam Lingkungan Komunikasi Mahasiswa Fakultas Bahasa dan Seni: (Analisis Bahasa Melalui Studi Sociolinguistik). *Morfologi: Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra dan Budaya*, 2(6), 107–115.
- Manaf, E. Y. (2021). *Pilihan Bahasa Bahasa Wolio Ke Dalam Bahasa Indonesia Di Satuan Kerja Perangkat Daerah Kota Baubau* [PhD Thesis, Universitas Hasanuddin]. <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/17374/>

- Putri, A. A., Pamungkas, E., & Maulana, I. (2021). Analisis Campur Kode Dalam Konten Video Youtube Puella ID (Kajian Sociolinguistik). *Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra Indonesia Unpam*, 2(1). <https://core.ac.uk/download/pdf/490647059.pdf>
- Putri, B. T., Ayu, C. S., Ginting, M. A. B., Saidah, S., & Nasution, S. (2025). Budaya dan Bahasa: Refleksi Dinamis Identitas Masyarakat. *Semantik: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Budaya*, 3(1), 20–32.
- Rusfandi, R. (2024). Pentingnya Pemahaman Budaya dan Identitas Sosial. *Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Pendidikan*, 18–32.
- Saifulloh, M., & Hariyanto, D. (2024). Youtube Media Komunikasi dan Bisnis Milenial. *Intelektualitas Jurnal Penelitian Lintas Keilmuan*, 1(2), 46–53.
- Samosir, S. E., Marpaung, R., Ambarita, A. B. T., Sitohang, H., Maria, F., & Wulan, E. P. S. (2024). Analisis Penggunaan Campur Kode Dan Ahli Kode Dalam Kata Sambutan: Prof. Dr. Ibnu Hajar, M. Si. *Semantik: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Budaya*, 2(1), 58–68.
- Sukmana, A. A., Wardarita, R., & Ardiansyah, A. (2021). Penggunaan Pilihan Bahasa dalam acara matanajwa pada stasiun televisi trans7. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 5(1), 206–221.
- Umifa, B. A. D., Indarti, T., & Raharjo, R. (2022). Pilihan Bahasa dalam Video YouTube Maudy Ayunda. *Jurnal Komunitas Bahasa*, 10(2), 49–57.
- Waruwu, T. K. Y., Isninadia, D., Yulianti, H., & Lubis, F. (2023). Pilihan Bahasa dalam konten podcast Cape Mikir With Jebung di Spotify: Kajian Sociolinguistik. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 3(2), 115–123.
- Zai, I. T. C., & Zebua, A. N. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempengaruhi Identitas Sosial Remaja Di Era Digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik*, 1(3), 134–139.