

BAB I

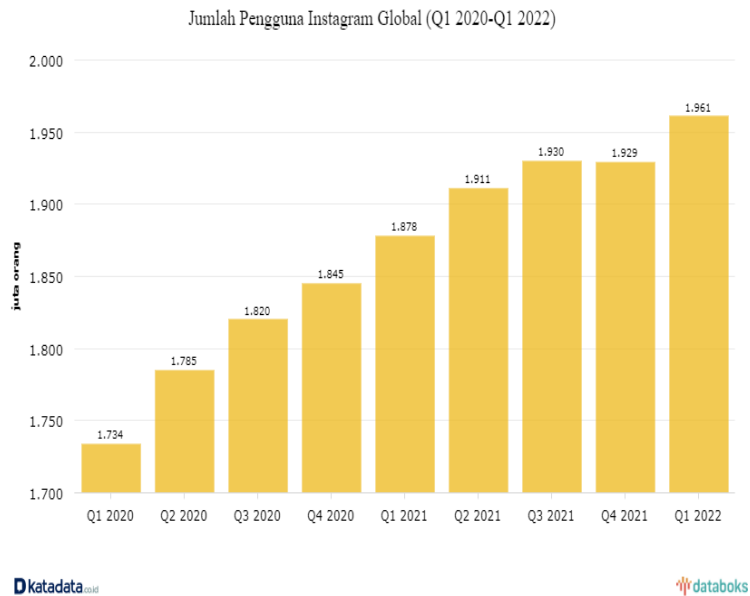
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi serta komunikasi menjadikan internet sebagai alat komunikasi yg banyak diminati masyarakat. Kehadiran internet pada kehidupan masyarakat modern ketika ini sangat membantu banyak orang melakukan berbagai hal, salah satunya berkomunikasi. Hampir semua orang mempunyai perangkat komunikasi yang memungkinkan mereka untuk berkomunikasi satu sama lain dari berbagai tempat melalui media sosial.

Susilo (2014, hal. 6) mengungkapkan bahwa media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Holsapple dan Wu (2007) mengindikasikan bahwa pengguna *virtual world* ataupun media sosial adalah individu yang hedonis. Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram. Hal ini sebab disebut pengguna media sosial kerap berlomba menggambarkan keberadaan dirinya melalui media sosial, yaitu Instagram.

Instagram menjadi platform yang banyak dipergunakan rakyat seluruh dunia. Business of apps melaporkan pengguna instagram secara global sudah mencapai 1,96 miliar orang di kuartal I 2022. Jumlah itu meningkat 1,67% dari kuartal sebelumnya yang masih 1,92 miliar orang. Sedangkan Bila disbanding kuartal I 2021, pertumbuhannya mencapai 4,42% pada setahun.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Instagram Global
(databoks.katadata.co.id)

Adapun interaksi yang dilakukan di sosial media yang sering terjadi tidak bisa dipisahkan dari cara kita berbahasa. Bahasa sendiri merupakan alat komunikasi yang digunakan manusia untuk berinteraksi dengan manusia lainnya. Dengan bahasa manusia mampu berhubungan dengan manusia lainnya, karena dalam kehidupan masyarakat sebagai manusia bukanlah sebagai makhluk individu, melainkan sebagai makhluk sosial. Hal itu membuat bahasa sangat penting digunakan oleh manusia dalam berbagai aktivitas kehidupan. Dengan kata lain Bahasa memiliki peran penting dalam kehidupan sosial.

Sosiolinguistik merupakan kajian mengenai bahasa yang dikaitkan dengan kondisi kemasyarakatan yang dipelajari oleh ilmu-ilmu sosial khususnya sosiologi. Masalah yang sorot secara keseluruhan di dalam sosiologi adalah masalah yang berhubungan dengan organisasi sosial perilaku bahasa yang tidak hanya mencakup pada pemakaian bahasanya saja. Sosiolinguistik menempatkan

kedudukan bahasa dalam hubungannya dengan pemakaiannya di dalam masyarakat, artinya sosiolinguistik memandang Bahasa pertama sebagai sistem sosial dan sistem komunikasi (Suwito 1983).

Sosiolinguistik mengkaji pilihan bahasa ke dalam dua jenis pilihan bahasa yaitu alih kode dan campur kode. Namun, pada penelitian ini peneliti hanya akan berfokus pada campur kode saja. Campur kode kini digunakan generasi milenial untuk berkomunikasi di media sosial, ditandai dengan adanya fenomena campur kode antara bahasa Indonesia dengan bahasa asing. Hal ini disebabkan oleh variasi bahasa yang terjadi akibat masuknya budaya asing ke Indonesia. Campur kode untuk merujuk pada semua kasus di mana item leksibel dan fitur gramatikal dari dua bahasa muncul dalam satu kalimat (Muysken, 2004). Kridlaksana (2001), mengemukakan bahwa campur kode adalah penggunaan satuan bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain untuk memperluas gaya bahasa atau ragam bahasa, termasuk didalamnya pemakaian kata, klausa, idiom, sapaan, dan sebagainya.

Selain dapat dilihat secara langsung, campur kode juga terdapat didalam bahasa lisan yang dapat dijumpai dibanyak tempat. Seperti pada tempat pendidikan, perkantoran, dan dimana saja. Fenomena campur kode juga dapat dilihat dari bahasa tulis, baik media cetak maupun media sosial. Salah satunya yang terdapat pada kolom komentar dari dua akun Instagram yang dipilih peneliti yaitu akun Instagram milik *influencer* sukses asal Indonesia Bianca Kartika dan akun milik *influencer* asal Korea Selatan Sunny Dahye. Perempuan dengan nama lengkap Bianca Kartika Dewi yang lahir di Bekasi ini mulai membuat konten sejak tahun 2018 lalu. Pada awalnya, perempuan yang akrab di panggil caca ini

populer di media sosial Instagram karena gaya fashion berhijabnya, yang dilanjutkan dengan membuka kanal YouTube pada tahun berikutnya. Konten-konten miliknya dinilai inspiratif dan menarik, mulai dari gaya hidup, perjalanan, hingga kecantikan. Mendapatkan beasiswa S2 di Korea Selatan dan tinggal menetap di Korea Selatan, membuat nama Bianca menjadi semakin famous terkhusus dikalangan penggemar K-Pop. Diketahui dari beberapa konten YouTube yang diunggahnya, Bianca Kartika adalah penggemar berat salah satu boygroup asal Korea Selatan yang kini sedang naik daun yaitu BTS.

Sementara influencer kontroversial asal Korea Selatan, Sunny Dahye. Memulai konten YouTube pertamanya berjudul *LIOELE: silky highlighter bb touch and help me darkish circles concealer assessment*, pada tahun 2011. Perempuan dengan nama lengkap Dahye Hur yang lahir pada tahun 1990 ini kemudian kerap membuat konten-konten kecantikan, seperti membagikan pointers-hints kecantikan, pakaian dan juga operasi plastik. Meskipun pernah tinggal dan berkuliah di Indonesia, perempuan yang memiliki fandom yang disebut sunshine itu kini sudah kembali dan menetap di Korea. Pemilik dari emblem kosmetik residence of Hur ini pernah dipercaya menjadi duta salah satu logo asal Korea Selatan, Velly Velly pada tahun 2020. Sunny Dahye juga meluncurkan buku yang berjudul *SUNNY ANYWHERE* pada desember 2019, yang menceritakan mengenai kehidupannya.

Pada kolom komentar dari akun Bianca Kartika dan Sunny Dahye ditemukan beberapa fenomena campur kode, bahasa yang digunakan biasanya adalah bahasa Indonesia, bahasa Inggris dan bahasa Korea. Bahasa Indonesia sendiri banyak dipakai mengingat penutur asli dari akun-akun yang memberikan

komentar berasal dari Indonesia, hal ini bias dilihat dari banyaknya kata atau kalimat bahasa Indonesia yang digunakan, sementara bahasa Inggris yang merupakan bahasa internasional yang memang sudah digunakan secara international. Penggunaan bahasa Inggris sudah menjadi hal biasa yang dilakukan beberapa orang untuk berkomunikasi dengan orang asing di sosial media. Lain hal dengan bahasa Korea yang juga terdapat di dalam kolom komentar pada beberapa postingan milik Bianca Kartika dan Sunny Dahye, maraknya Korean Wave saat ini membuat bahasa Korea sendiri semakin naik pamornya di kalangan masyarakat. Khususnya penggemar K-Drama dan K-Pop, sebagai penggemar hal ini sudah menjadi hal lumrah untuk mempelajari bahasa yang digunakan oleh idolanya.

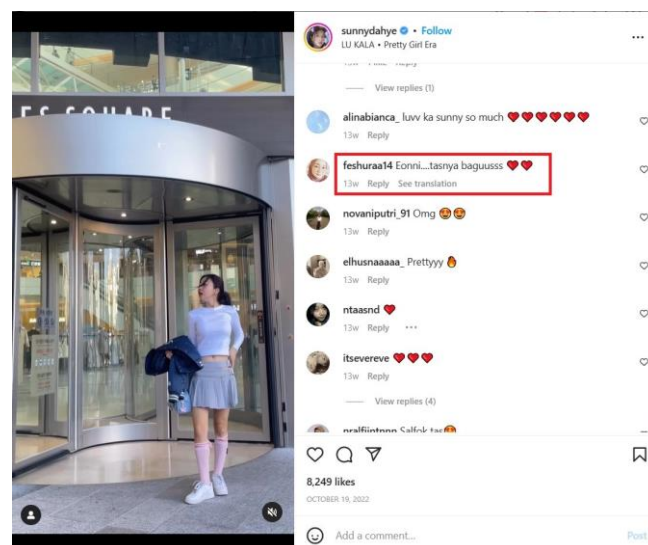
Bahasa Korea sendiri merupakan bahasa yang tidak mudah untuk dipelajari. Hangeul tidak menggunakan bentuk latin, melainkan memiliki simbol – simbol bermakna sendiri hingga dibutuhkan usaha yang lebih untuk bias sekedar mempelajari cara baca dan penulisannya. Meskipun sulit untuk dipelajari, tak banyak penggemar K-Drama dan K-Pop yang mempelajari *Hangeul*, adapun rasa suka mereka terhadap kebudayaan Korea dan dunia hiburan Korea menjadi motivasi tersendiri untuk mempelajari bahasa Korea. Namun, beberapa penggemar menggunakan latin dalam berbahasa Korea. Seperti, ‘*saranghaeyo*’, ‘*eonni*’, ‘*hyung*’, dan sebagainya. Hal ini diakibatkan kurangnya pengetahuan lebih mengenai bahasa Korea

Selain keterbatasan dalam memahami bahasa Korea, penggunaan bahasa Korea yang dinilai dapat mendapatkan perhatian atau lebih mendekatkan para penggemar kepada seseorang yang di idolakan membuat beberapa orang tak

jarang mencampur bahasa Korea dengan bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris saat mengomentari postingan dari akun yang menyediakan berbagai informasi mengenai budaya dari negeri gingseng itu. Seperti contoh komentar di bawah ini, yang ada di dalam postingan yang diunggah oleh *influencer* Bianca Kartika dan Sunny dahye:



Gambar 1. 2 Postingan Instagram Bianca Kartika 150123 (@biancakartika)



Gambar 1. 3 Postingan Instagram Sunny Dahye 191023 (@sunnydahye)

Pada gambar diatas terdapat postingan yang di unggah oleh Bianca Kartika dan Sunny Dahye. Di dalam unggahan tersebut terlihat Bianca tengah berdiri didepan kamar yang dulu pernah digunakan salah satu member BTS dalam acara BTS in The Soop, Jungkook atau yang akrab di panggil Kookie. Salah satu akun dengan *username* @_magicshop_bts berkomentar, “Kamarnya *uri golden maknae* Jungkookie”. Kemudian sama halnya pada postingan yang diunggah oleh *influencer* Bianca Kartika, salah satu akun dengan *username* @alinabianca berkomentar, “*luv ka sunny so much*”. Di dalam kolom komentar pada postingan yang di unggah kedua *influencer* itu, keduanya terdapat fenomena campur kode bahasa Indonesia, Inggris, dan Korea.

Di dalam KKBI, *influencer* dikenal dengan istilah pemengaruh, yang dapat merubah mengubah perilaku, pemikiran, dan sebagainya. Dimana *influencer* ini merupakan orang yang mampu memberi pengaruh pada orang lain untuk melakukan sesuatu, *influencer* biasanya adalah orang yang menggunakan media sosial untuk mempromosikan atau merekomendasikan sesuatu. Di Indonesia, *influencer* telah menjadi salah satu fenomena populer dalam beberapa tahun terakhir. Banyak dari perusahaan dan merek yang menggunakan jasa dari para *influencer* sebagai salah satu bentuk pemasaran digital untuk menjangkau audiens mereka. Hal ini karena *influencer* dinilai memiliki pengaruh besar terhadap gaya hidup dan pembelian konsumen.

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian pada fenomena campur kode yang terdapat di dalam kolom komentar dari beberapa postingan

yang diunggah oleh Bianca Kartika, *influencer* sukses dari Indonesia dan *influencer* asal Korea Selatan, Sunny Dahye.

1.2. Identifikasi Masalah

Setelah melihat pemaparan diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

- Bagaimana identitas original poster mempengaruhi penggunaan *Code-Mixing* pada Instagram?

1.3. Tujuan Penelitian

- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh identitas, latar belakang dan bahasa yang digunakan dalam postingan maupun komentar pada penggunaan campur kode yang digunakan oleh pengguna Instagram.

1.4. Manfaat Penelitian

- Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan pengaruh identitas original poster terhadap fenomena campur kode yang ada di Instagram dan kaitannya dengan identitas linguistik dari para pengguna Instagram yang memberikan komentar pada suatu postingan.

- Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman atau referensi dalam penelitian serupa yaitu dalam bidang pemahaman pengaruh campur kode di sosial media yang mempengaruhi identitas linguistik seseorang. Sehingga kelak penelitian ini dapat menjadi informasi tambahan dan bisa di kembangkan untuk

penelitian berikutnya. Guna memperluas pengetahuan tentang campur kode dan prevalensinya di media sosial, khususnya di Instagram.

1.5. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan komentar-komentar yang ada di dalam postingan *influencer* asal Indonesia Kartika Bianca dan *influencer* asal Korea Selatan Sunny Dahye. Data diambil mulai dari komentar pada postingan yang di unggah pada bulan September 2022 hingga bulan Januari 2023 akan dianalisis bentuk campur kode dari penggunaan campur kode dan kemudian akan membandingkan pengaruh identitas, latar belakang, dan bahasa yang digunakan oleh Bianca Kartika dan Sunny Dahye.

Dalam menganalisis bentuk campur kode, digunakan pendekatan sosiolinguistik dengan teori bentuk campur kode oleh Chaer. Pendekatan tersebut digunakan dalam menganalisis bagaimana pola dalam penggunaan campur kode yang digunakan oleh akun-akun yang mengomentari postingan dari *influencer* asal Indonesia Bianca Kartika dan *Influencer* asal Korea Selatan Sunny Dahye, guna mempermudah penelitian untuk melihat pengaruh identitas, latar belakang, dan bahasa yang digunakan oleh Bianca Kartika dan Sunny Dahye.