PUNGGAWA
GLOBAL RESEARCH:
JURNAL MULTIDISIPLIN

Punggawa Global Research: Jurnal Multidisiplin
Volume 1, Nomor 5, 2026
E-ISSN: 3164-0117
Open Access: punggawajournal.com/pgr

Campuran Kode Bahasa Indonesia-Bahasa Daerah dalam Percakapan Generasi Z di Media Sosial TikTok

Syifa Azahra[1], Anggun Syakira Priyadi[2], Najmi Mubarok[3], Izzatul Janah[4] , Yuni Ertinawati[5]
[1-4] Poltekkes Kemenkes Tasikmalaya, Indonesia
[5] Universitas Siliwangi, Indonesia
Korespondensi: syifaazahra955@gmail.com

Informasi Artikel

Riwayat artikel:
Received Sept 13th, 2026
Revised Oct 24th, 2026
Accepted Oct 29th, 2026

Keyword:
Campuran kode; Bahasa daerah; Generasi Z; TikTok; Sosiolinguistik; Media sosial.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji campur kode bahasa Indonesia dan bahasa daerah dalam percakapan Generasi Z di media sosial TikTok. Tujuannya adalah mendeskripsikan bentuk campur kode, mengidentifikasi faktor yang melatarbelakanginya, dan menjelaskan fungsi sosialnya. Penelitian menggunakan pendekatan sosiolinguistik dengan metode deskrptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui tiga cara, yaitu studi pustaka terhadap beberapa artikel ilmiah, teknik simak dan catat terhadap tuturan pada video dan kolom komentar TikTok, serta kuesioner yang disebarkan kepada Generasi Z pengguna TikTok. Data dianalisis melalui pengelompokkan bentuk, identifikasi faktor, dan penafsiran fungsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa campuran kode muncul dalam bentuk insersi, alternasi, dan leksikalisasi kongruen. Penggunaannya dipengaruhi oleh lingkungan, kebiasaan, identitas budaya, dan kebutuhan berkomunikasi. Campuran kode berfungsi sebagai penanda identitas daerah, pencipta kesan akrab dan santai, penguat makna, serta sarana ekspresi diri. Dengan demikian, TikTok menjadi ruang bagi Generasi Z untuk mempertahankan dan menampilkan bahasa serta budaya daerah dalam berkomunikasi digital.

© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Revolusi di media sosial telah secara signifikan mengubah lanskap komunikasi untuk Generasi Z. Di antara segudang platform yang tersedia, aplikasi TikTok telah mendapatkan popularitas yang cukup besar di kalangan remaja dan dewasa muda, disebabkan oleh format video ringkas, algoritma rekomendasi yang kuat, dan budaya partisipatif yang mendorong pembuatan dan penyebaran konten yang cepat (Dzahira et al., 2026). Pengaruh media kini bahkan turut membentuk karakter, perilaku, dan gaya hidup seseorang. karena dengan mempengaruhi perilaku dan karakter manusia menciptakan kenyataan bagi masyarakat dengan melahirkan banyak opini dan perubahan sosial yang disebabkan oleh media maka akan tercipta budaya populer (Nauvalia & Setiawan, 2022).

Generasi Z sangat akrab dengan media sosial seperti TikTok. Tidak hanya sekedar 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 (Budiana et al., 2025). Para pakar menyebut pergantian dan percampuran bahasa sebagai alih kode atau campur kode. Istilah ini digunakan merujuk pada fenomena penggunaan dua bahasa atau lebih dalam satu interaksi, baik secara bergantian maupun dengan mencampurkan unsur-unsur dari bahasa yang berbeda.

Seseorang berpindah dari satu bahasa ke bahasa lain tergantung pada konteks tertentu, seperti perubahan situasi, audiens, atau topik pembicaraan. Sedangkan campur kode adalah percampuran unsur-unsur bahasa, seperti kata, frasa, atau klausa dalam satu tuturan atau kalimat (Yana & Dwi, 2025).

Fenomena ini terutama terlihat di sosial media dan aplikasi pesan instan seperti TikTok, yang menjadi ruang ekspresi kesukaan bagi generasi muda terutama Gen Z. Situs media sosial memungkinkan penutur untuk mengekspresikan diri secara langsung, sehingga mencampurkan unsur-unsur bahasa menjadi cara berbicara yang normal dan bahkan dianggap sebagai tren terkini dalam cara orang berbicara (Az-zahra et al., 2025).

Pengguna kerap memadukan bahasa indonesia, bahasa daerah, bahasa Inggris, maupun istilah global lainnya sebagai bentuk ekspresi, humor, solidaritas kelompok, dan penegasan identitas digital. (Fitria et al., 2025). Pola ini tampak pada konten kreator Garut yang menggabungkan bahasa Indonesia dan Sunda sebagai cara menunjukkan identitas dan keakraban (Halimah et al., 2026). Pola serupa juga terlihat pada kolom komentar TikTok yang memuat campuran bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa (Lembak, 2026). Pandangan terhadap campur kode pun tidak lagi sebatas soal salah dan benar, sebab praktik ini lebih sering dipandang sebagai cerminan identitas, kreativitas, dan solidaritas kelompok (Husnita et al., 2025).

Generasi Z memanfaatkan campur kode bukan hanya sebagai wujud kreativitas berbahasa, melainkan juga sebagai cara membangun kedekatan sosial dan menunjukkan keanggotaan dalam komunitas tertentu (Salsabilla et al., 2025). Praktik campur kode dalam media sosial juga menunjukkan pergeseran norma kebahasaan yang signifikan. Jika dahulu pencampuran bahasa dianggap bentuk penyimpangan dari norma formal, kini praktik tersebut justru dipahami sebagai ekspresi kebebasan dan solidaritas sosial (R.Jung, 2019). Karena berbagai bahasa akan merefleksikan budaya yang ada pada masyarakat pemakainya. Sehingga antara bahasa dan budaya tidak dapat dipisah.

Jika budaya dan bahasa ada yang mati akan menimbulkan ketidakseimbangan. Tanpa adanya suatu bahasa, budaya akan mati. Artinya, bahasa yang digunakan oleh kelompok masyarakat tertentu adalah cerminan dari kebudayaan masyarakat tersebut (Alfandi & Kisyani-Laksono, 2021). Dari sudut pandang ini, bahasa daerah yang diselipkan dalam percakapan di TikTok layak dilihat sebagai bagian dari upaya merawat budaya. Meski begitu, banyak kajian campur kode Generasi Z di TikTok berfokus pada bahasa Inggris, misalnya pada komentar yang sarat unsur Inggris dan bahasa slang (Apyunita & Mardatillah, 2025; Dahlan & Wahid, 2022).

Kajian yang menelaah campur kode bahasa Indonesia dengan berbagai bahasa daerah dalam percakapan Generasi Z secara lebih luas masih perlu diperkuat (Andriani et al., 2026). Di sinilah letak kebaruan penelitian ini, yaitu cakupannya pada beragam bahasa daerah, bukan satu bahasa atau satu kreator saja. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa daerah dalam percakapan Generasi Z di TikTok, faktor yang melatarbelakanginya, fungsinya dalam komunikasi, serta jenis bahasa daerah yang disisipkan. Secara teoretis, hasilnya memperkaya kajian sosiolinguistik tentang hubungan bahasa nasional dan bahasa daerah pada generasi digital. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain, bahan refleksi bagi pendidik bahasa dalam membedakan ragam santai dan ragam formal, serta pendorong kesadaran dan kebanggaan Generasi Z terhadap bahasa daerah di ruang digital.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini memakai pendekatan sosiolinguistik dengan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian bertujuan menggambarkan apa adanya bentuk, faktor, fungsi, dan jenis bahasa daerah dalam campur kode, bukan menguji hubungan antarvariabel. Campur kode dilihat bersama konteks sosial penuturnya, yaitu Generasi Z yang berinteraksi di media sosial.

Data terdiri atas tiga jenis. Pertama, tuturan campur kode yang dikutip dari lima artikel ilmiah tentang TikTok (Andriani et al., 2026; Az-zahra et al., 2025; Budiana et al., 2025; Salsabilla et al., 2025; Yana & Dwi, 2025). Karena berasal dari tulisan yang sudah terbit, data ini bersifat sekunder. Kedua, tuturan yang disimak langsung dari video dan kolom komentar TikTok yang bersifat publik. Ketiga, jawaban kuesioner yang disebarkan kepada pengguna TikTok Generasi Z dari berbagai daerah dan diisi oleh 12 responden.

Data dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Sebuah tuturan dipakai apabila berbahasa Indonesia sebagai bahasa utama, memuat sisipan bahasa daerah, dan berasal dari TikTok. Tuturan yang sepenuhnya berbahasa daerah serta peralihan antarkalimat murni dikeluarkan karena lebih tepat disebut alih kode. Sisipan bahasa Inggris dan Arab juga tidak dihitung dalam data utama. Dari proses ini

diperoleh 28 data utama. Sebagian data Sunda bersumber dari konten tokoh publik, bukan Generasi Z, sehingga lebih tepat dipandang sebagai data pembanding.

Pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara. Studi pustaka dipakai untuk menghimpun tuturan dari artikel yang telah disebut. Pada TikTok, penulis memakai teknik simak bebas libat cakap dan teknik catat, artinya penulis hanya mengamati tanpa ikut berkomentar lalu mencatat tuturan beserta tangkapan layarnya sebagai bukti. Tangkapan layar yang terkumpul berupa dua keterangan video dan dua komentar. Kuesioner disebarkan secara daring.

Analisis data mengikuti model interaktif yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Pada tahap reduksi, hanya tuturan yang benar-benar mengandung campur kode yang dipertahankan. Data lalu dikelompokkan menurut bentuk (kata, frasa, klausa, baster, perulangan, dan ungkapan), faktor, fungsi, serta bahasa daerahnya, kemudian disajikan dalam tabel dan uraian. Hasil kuesioner dihitung dalam bentuk persentase. Untuk melihat pola strukturnya, data juga dibaca dengan kerangka insersi, alternasi, dan leksikalisasi kongruen . Penelitian dilakukan secara daring selama sekitar empat minggu pada Oktober 2026.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar Data

Dari lima artikel ilmiah diperoleh 28 data utama, yang terdiri atas 15 tuturan Sunda, 12 tuturan Banjar, dan satu tuturan Madura. Penyimakan langsung di TikTok menambah tiga tuturan campur kode yang dibahas pada bagian tersendiri. Tabel 1 memuat sepuluh contoh data utama.

Tabel 1 Contoh Data Campur Kode Bahasa Indonesia-Bahasa Daerah

No.	Tuturan	Bahasa Daerah	Bentuk	Fungsi	Arti	Sumber
1	*kayapa* si cara *makai* voucher nya	Banjar	Kata	Identitas	kayapa = bagaimana; makai = pakai	Az-zahra et al. (2025)
2	*Bujur banar*	Banjar	Frasa	Emotif	sangat benar	Az-zahra et al. (2025)
3	*Balaki babini*	Banjar	Frasa	Identitas	berumah tangga	Az-zahra et al. (2025)
4	Kalau zaman dulu jadi *paraji* dibayarnya pakai apa?	Sunda	Kata	Referensial	paraji = dukun beranak tradisional	Salsabilla et al. (2025)
5	Ya pokoknya bupati di di area *kabeh*	Sunda	Kata	Keakraban	kabeh = semua	Salsabilla et al. (2025)
6	Tapi tetap rakyatnya *kudunya* lengir	Sunda	Baster	Keakraban	kudu = harus; kudunya = seharusnya	Salsabilla et al. (2025)
7	ngajarin *silih asah, silih asih, silih asuh*	Sunda	Ungkapan	Identitas	saling mengasah, mengasihi, mengasuh	Salsabilla et al. (2025)
8	*Bener teu?*	Sunda	Frasa	Keakraban	teu = tidak; pertanyaan penegas	Salsabilla et al. (2025)
9	*Ayeuna di imah geus nyangu encan?*	Sunda	Klausa	Keakraban	sekarang di rumah sudah menanak nasi belum?	Salsabilla et al. (2025)
10	Habis itu *digaluy* biar merata gaes	Madura	Baster	Keakraban	di- + galuy = diaduk	Budiana et al. (2025)

Bentuk Campuran Kode

Tabel 2 memperlihatkan bahwa frasa menjadi bentuk yang paling sering muncul, yaitu 10 data (35,7%), disusul kata sebanyak 8 data (28,6%) dan klausa sebanyak 6 data (21,4%). Kalau frasa dan kata digabung, jumlahnya 18 data atau 64,3%. Penutur tampaknya lebih suka menyelipkan potongan pendek daripada klausa utuh. Baster hanya dua data (7,1%), sedangkan perulangan dan ungkapan

masing-masing satu data (3,6%). Baster cukup menarik karena memperlihatkan imbuhan bahasa Indonesia yang menempel pada kata daerah, misalnya *kudunya* dan *digaluy*..

Tabel 2 Distribusi Bentuk Campur Kode (n = 28)

Bentuk	Jumlah	Persentase
Frasa	10	35,7%
Kata	8	28,6%
Klausa	6	21,4%
Baster	2	7,1%
Perulangan	1	3,6%
Ungkapan	1	3,6%
Total	**28**	**100%**

Bila dibaca dengan kerangka Muysken, sisipan kata dan frasa pada kalimat berbahasa Indonesia, seperti *paraji* dan *kabeh*, cocok dengan pola insersi. Tuturan yang berganti ke satu klausa daerah di tengah kalimat, seperti *ku sia atuh eta mah* ("oleh kamu dong, itu sih") pada data (Salsabilla et al., 2025), lebih dekat ke alternasi. Leksikalisasi kongruen tampak pada tuturan pendek yang kerangkanya bisa diisi kedua bahasa, misalnya *Bener teu?*. Pembacaan ini merupakan tafsiran penulis, karena data berupa tuturan tertulis yang singkat.

Hasil tersebut sejalan dengan (Halimah et al., 2026) yang menemukan insersi dan leksikalisasi kongruen sebagai bentuk dominan pada campuran bahasa Indonesia dan Sunda di TikTok. (Ganesh Kulkarni, M. Dobe, M. Ravi, R. Verma, S. Dutt, S. Dutta, 2023) juga melaporkan bahwa campur kode ke dalam, yaitu sisipan bahasa daerah, mencapai 79,54% pada konten TikTok yang mereka teliti.

Faktor yang Melatarbelakangi

Faktor pendorong campur kode dapat dibagi menjadi faktor kebahasaan dan nonkebahasaan (Tabel 3). Dari sisi kebahasaan, ada kata daerah yang tidak punya padanan setara dalam bahasa Indonesia, seperti *paraji*. Ada pula kata daerah yang terasa lebih ekspresif, seperti *Bujur banar*, serta kata pendek seperti *heeh* yang membuat komunikasi di TikTok berlangsung cepat. Semua itu dimungkinkan karena penuturnya menguasai lebih dari satu bahasa. Dari sisi nonkebahasaan, penutur memakai bahasa daerah untuk menegaskan identitas dan solidaritas budaya, menyesuaikan diri dengan lawan bicara dan topik, atau mengikuti suasana santai di kolom komentar.

Tabel 3 Faktor Pendorong Campur Kode dan Contoh Buktinya

Jenis	Faktor	Contoh Data
Kebahasaan	Tidak ada padanan yang setara dalam bahasa Indonesia	*paraji*, *sakolahan*
Kebahasaan	Kata daerah lebih ekspresif	*Bujur banar*, *Na sia teu hideung*
Kebahasaan	Komunikasi yang cepat dan ringkas	*heeh*, *Bener teu?*, *kabeh*
Kebahasaan	Kemampuan dwibahasa atau multibahasa penutur	Seluruh data
Nonkebahasaan	Penegasan identitas daerah dan solidaritas budaya	*Balaki babini*, *Baisi anak*, *silih asah, silih asih, silih asuh*
Nonkebahasaan	Lawan bicara dan situasi	*Ayeuna di imah geus nyangu encan?*, *ka dieu sia*

Jenis	Faktor	Contoh Data
Nonkebahasaan	Perubahan topik dan nada	*Tong Sien Tong Sien*, *ku sia atuh eta mah*
Nonkebahasaan	Suasana santai dan kebiasaan komunitas daring	*kd*, *makai*, *digaluy*
Nonkebahasaan	Tren dan keinginan tampil modern	*fix*, *promo* (sisipan Inggris yang menyertai)

Temuan ini mirip dengan hasil penelitian lain. (Rufaidah et al., 2023) menemukan bahwa campur kode pada Instagram mahasiswa dipengaruhi lingkungan sosial, keakraban dengan mitra tutur, dan keterbatasan padanan kata. (Lembak, 2026) menilai gaya bahasa di kolom komentar TikTok cenderung santai dan spontan, sehingga penutur leluasa menyisipkan bahasa daerah, mencatat bahwa penggunaan media sosial ikut mendorong percampuran bahasa Indonesia dengan Jawa Banten, Betawi, dan Sunda. Sebagai pembanding, survei (Yana & Dwi, 2025) terhadap 24 mahasiswa, yang meneliti campuran bahasa Indonesia dan Inggris, menemukan bahwa alasan terbanyak adalah merasa lebih nyaman atau sudah terbiasa (54,2%), disusul pengaruh lingkungan (25%), belum menemukan padanan yang pas (12,5%), dan ingin tampil modern (8,3%).

Fungsi Campur Kode

Tabel 4 menunjukkan bahwa keakraban dan penanda identitas daerah sama-sama menempati posisi teratas, masing-masing 7 data (25%). Fungsi referensial, yaitu mengisi kekosongan padanan atau menghadirkan konteks lokal, berada di urutan berikutnya dengan 5 data (17,9%). Fungsi emotif dan direktif masing-masing 3 data (10,7%), sedangkan penegasan, humor, dan sindiran halus baru satu data (3,6%) sehingga belum dapat disebut pola. Beberapa tuturan sebenarnya berfungsi ganda, misalnya *sakolahan* yang referensial sekaligus penanda identitas, tetapi pada tabel hanya fungsi utamanya yang dihitung.

Tabel 4 Distribusi Fungsi Utama Campur Kode (n = 28)

Fungsi	Jumlah	Persentase
Keakraban	7	25,0%
Penanda identitas daerah	7	25,0%
Referensial	5	17,9%
Emotif atau ekspresi diri	3	10,7%
Direktif	3	10,7%
Penegasan	1	3,6%
Humor	1	3,6%
Sindiran halus	1	3,6%
Total	**28**	**100%**

Artinya, pada data ini campur kode lebih sering dipakai untuk mendekatkan diri dan menunjukkan asal daerah daripada sekadar menutup kekosongan kata. Temuan tersebut selaras dengan

(Halimah et al., 2026) yang menyebut identitas, keakraban, dan ekspresi diri sebagai fungsi campur kode pada konten kreator Garut.

Data yang Disimak Langsung di TikTok

Selain data dari artikel, penulis menyimak langsung dua video dan dua komentar di TikTok. Salah satu video diberi keterangan *POV: ngomong 3 bahasa setiap hari*. Keterangan ini menunjukkan bahwa kreator sendiri menyadari dan menjadikan kemampuan berbahasa banyak sebagai bahan konten. Video lain, yang diunggah pada 9 November 2024, memuat keterangan berbahasa Jawa yang bercampur dengan bahasa Indonesia. Video itu memperoleh 54,6 ribu suka, 931 komentar, 10,8 ribu simpanan, dan 12,2 ribu bagikan. Angka tersebut menunjukkan bahwa konten bercampur bahasa mendapat sambutan luas, meskipun penelitian ini tidak menguji apakah campuran bahasa itulah penyebabnya.

Tabel 5 Tuturan Campur Kode yang Disimak Langsung di TikTok

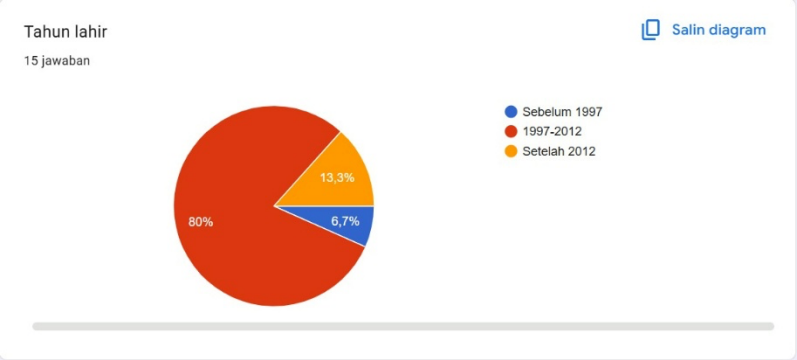
No.	Tuturan	Bahasa Daerah	Bentuk	Fungsi	Arti
1	*Naliko* aku *neng* London oleh seminggu diintrogasi polisi *mergo eneng* tabrakan	Jawa	Klausa	Keakraban (bercerita)	naliko = ketika; neng = di; mergo = karena; eneng = ada
2	berat ku *beuteung maybe*	Sunda (+ Inggris)	Kata	Ekspresi diri	beuteung = perut; maybe = mungkin
3	huuh aku gak, kita gak kenapa napa cuma kamu tu *jang talalu* ini	Daerah (asal tidak tercantum)	Frasa	Teguran akrab	jang = jangan; talalu = terlalu

Tuturan pertama berbahasa Jawa yang diselingi bahasa Indonesia, misalnya *diintrogasi polisi* dan *tabrakan*. Bentuk *diintrogasi* juga tergolong baster karena awalan *di-* dari bahasa Indonesia melekat pada kata serapan. Tuturan kedua memadukan kata Sunda *beuteung* dengan sisipan Inggris *maybe*, sedangkan tuturan ketiga memuat bentuk *jang* dan *talalu* yang memperlihatkan pelafalan khas daerah. Asal daerah penutur tuturan ketiga tidak tampak pada tangkapan layar sehingga bahasanya belum dapat dipastikan. Komentar kedua dan ketiga masing-masing mendapat 5.248 dan 1.921 suka, dan komentar kedua memiliki 30 balasan. Hal ini memperlihatkan bahwa komentar yang memuat unsur bahasa daerah pun bisa menarik interaksi yang tinggi. Kemunculan unsur Jawa dan Sunda pada data langsung juga memperkuat gambaran bahwa pengguna dari berbagai daerah berbagi ruang yang sama di TikTok.

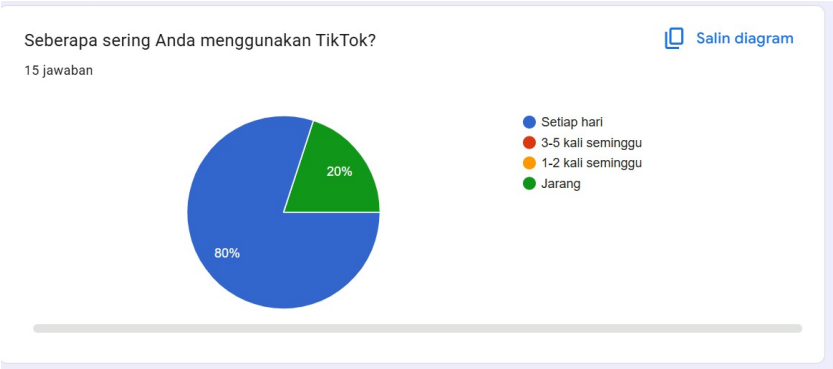
Hasil Kuesioner

Kuesioner diisi oleh 15 responden. Sebanyak 12 orang (80%) lahir pada 1997–2012 sehingga tergolong Generasi Z, dua orang (13,3%) lahir setelah 2012, dan satu orang (6,7%) lahir sebelum 1997 (Gambar 1). Dari sisi kebiasaan bermedia sosial, 12 orang (80%) membuka TikTok setiap hari dan tiga orang (20%) jarang memakainya (Gambar 2). Jadi, sebagian besar responden sesuai dengan sasaran

penelitian dan akrab dengan TikTok, walaupun jumlahnya kecil sehingga belum bisa mewakili seluruh Generasi Z.

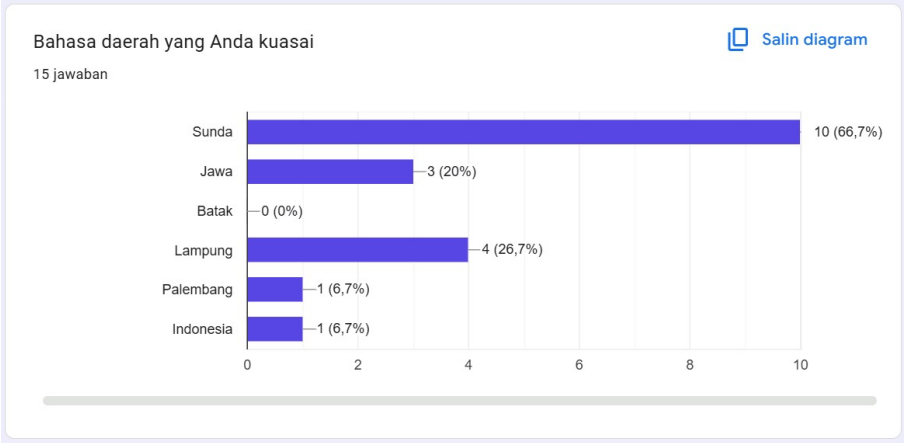


Gambar 1 Persebaran Responden Berdasarkan Tahun Lahir



Gambar 2 Frekuensi Responden Menggunakan TikTok

Bahasa daerah yang paling banyak dikuasai responden adalah Sunda (10 orang, 66,7%), disusul Lampung (4 orang, 26,7%) dan Jawa (3 orang, 20%). Palembang dipilih satu orang (6,7%), sedangkan Batak tidak dipilih sama sekali. Satu responden menjawab "Indonesia", yang bukan bahasa daerah, sehingga jawaban itu tidak dihitung sebagai bahasa daerah (Gambar 3). Jumlah pilihan melebihi 15 karena responden boleh menguasai lebih dari satu bahasa.



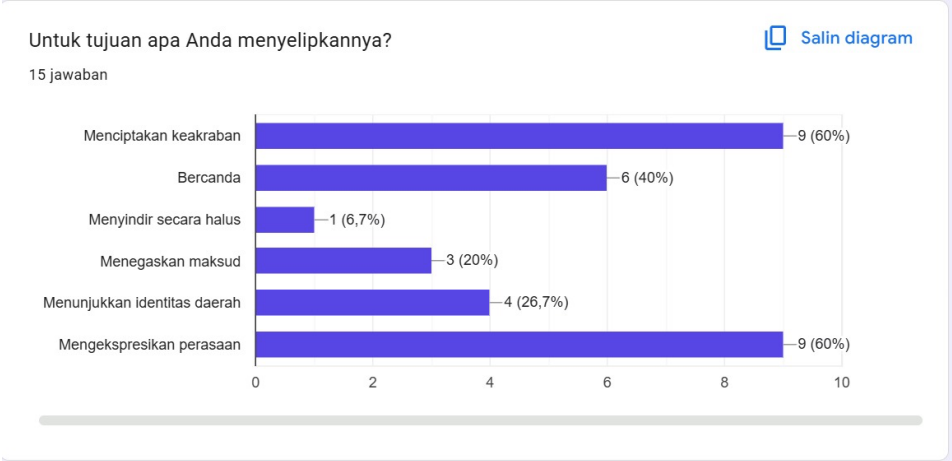
Gambar 3 Bahasa Daerah yang Dikuasai Responden

Pada pertanyaan bahasa daerah yang paling sering diselipkan, Sunda kembali berada di urutan teratas dengan 9 responden (60%), lalu Jawa 3 responden (20%) dan Lampung 2 responden (13,3%). Batak, Palembang, dan Sunda Garut masing-masing dipilih satu responden (6,7%) (Gambar 4). Sunda Garut pada dasarnya masih ragam bahasa Sunda. Urutan ini hampir sama dengan bahasa yang dikuasai, sehingga bahasa yang dipakai untuk menyelip memang cenderung bahasa yang dikenal penuturnya. Ada satu catatan kecil: tidak ada responden yang mengaku menguasai Batak, tetapi satu orang menyelipkannya. Kemungkinan orang tersebut hanya memakai beberapa kata atau ungkapan Batak, bukan menguasainya secara penuh. Hasil ini juga sejalan dengan data tuturan, karena Sunda dan Jawa muncul di keduanya, sedangkan Banjar dan Madura hanya ada pada data tuturan, dan Lampung, Palembang, serta Batak hanya ada pada kuesioner.



Gambar 4 Bahasa Daerah yang Paling Sering Disisipkan Responden

Tentang tujuan menyelipkan bahasa daerah, jawaban terbanyak adalah menciptakan keakraban dan mengekspresikan perasaan, masing-masing 9 responden (60%). Berikutnya bercanda 6 responden (40%), menunjukkan identitas daerah 4 responden (26,7%), menegaskan maksud 3 responden (20%), dan menyindir secara halus 1 responden (6,7%) (Gambar 5). Keakraban muncul sebagai tujuan utama di kuesioner maupun di data tuturan (Tabel 4). Perbedaannya, responden lebih sering menyebut ekspresi perasaan dan bercanda, sedangkan pada data tuturan fungsi identitas daerah lebih menonjol. Selisih ini mungkin terjadi karena kuesioner mengukur alasan menurut penuturnya sendiri, sementara fungsi pada Tabel 4 ditentukan penulis dari konteks tuturan. Setiap responden juga boleh memilih lebih dari satu tujuan.



Gambar 5 Tujuan Responden Menyisipkan Bahasa Daerah

Soal dampaknya terhadap mutu bahasa Indonesia, 10 responden (66,7%) menjawab tergantung situasi, 3 responden (20%) menjawab tidak mengurangi, dan hanya 2 responden (13,3%) menjawab mengurangi (Gambar 6). Artinya, hanya sedikit responden yang menganggap campur kode merusak bahasa Indonesia. Kebanyakan menilainya wajar dipakai pada obrolan santai, tetapi perlu dipikirkan lagi pada situasi yang lebih formal. Pandangan ini sejalan dengan gagasan bahwa pendidik bahasa perlu membedakan ragam santai dan ragam formal, bukan melarang campur kode sama sekali.



Gambar 6 Pendapat Responden tentang Pengaruh Campur Kode terhadap Mutu Bahasa Indonesia

Catatan Keterbatasan

Hasil di atas perlu dibaca dengan hati-hati. Data Sunda berasal dari satu kreator, data Banjar dari dua unggahan, dan data langsung hanya tiga tuturan. Kuesioner juga hanya diisi 15 responden, dan sebagian besar (80%) berasal dari kelompok kelahiran 1997–2012, sehingga jawabannya tidak bisa dianggap mewakili seluruh Generasi Z. Beberapa pertanyaan boleh dijawab lebih dari satu pilihan, jadi persentasenya tidak berjumlah 100%. Ada pula jawaban yang kurang pas, misalnya “Indonesia” pada pertanyaan bahasa daerah dan Batak yang disisipkan tanpa dikuasai. Kuesioner juga hanya mencatat pengakuan responden, bukan tuturan mereka yang sebenarnya di TikTok. Persentase pada tabel dan diagram karena itu menggambarkan data yang berhasil dikumpulkan, bukan seberapa sering fenomena ini terjadi di seluruh TikTok. Penelitian lanjutan perlu mengumpulkan lebih banyak data langsung dari penutur Generasi Z dan melibatkan responden yang lebih banyak dan lebih beragam.

KESIMPULAN

Campur kode bahasa Indonesia dan bahasa daerah di TikTok paling sering muncul dalam bentuk frasa (35,7%) dan kata (28,6%), dengan keakraban dan penanda identitas daerah sebagai fungsi terbanyak (masing-masing 25%). Kuesioner terhadap 15 responden menunjukkan hal yang searah: Sunda paling banyak disisipkan (60%), tujuan utamanya menciptakan keakraban dan mengekspresikan perasaan (masing-masing 60%), dan sebagian besar responden (66,7%) menilai pengaruhnya terhadap mutu bahasa Indonesia tergantung situasi. Dengan demikian, TikTok menjadi ruang bagi Generasi Z untuk tetap memakai bahasa daerah dalam obrolan santai, selama pemakaiannya disesuaikan dengan situasi.

DAFTAR PUSTAKA

Alfandi, A. D., & Kisyani-Laksono, M. (2021). Pemanfaatan Campur Kode Bahasa Daerah Dan Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Pengantar Di Kelas III SDN Tulangan. *Bapala*, *8*(5), 103–109. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/41262

Andriani, L., Hamidah, J., & Leha, N. (2026). *Bahasa Prokem Generasi Z dalam Media Sosial TikTok*. *11*(4), 2645–2652.

Apyunita, D., & Mardatillah, R. (2025). Eksistensi Campur Kode Dalam Interaksi Gen Z Di Tiktok: Sosiolinguistik. *Journal of Language, Literature, and Linguistics*, *5*(2), 2025. https://ojs.unm.ac.id/wahanaliterasi

Az-zahra, N. F., Ramadhani, N., Mustofa, R. Z., & Helia, S. (2025). *Fenomena Campur Code Masyarakat Banjarmasin pada Aplikasi Tiktok Generasi Z praktik campur code semakin banyak dilakukan , terutama di kalangan generasi Gen Z , yang Walaupun penelitian terkait campur kode di media sosial telah dilakukan di banyak di TikT*. *5*(November).

Budiana, N., Safitri, Ratnasari, H., & Mustofa, M. (2025). Fenomena Campur Kode Pada Komunikasi Gen Z Analisis Wacana Di Media Sosial Tiktok. *Isolek*, *3*(2), 56–61. https://doi.org/10.59638/isolek.v3i2.681

Dahlan, M., & Wahid, A. (2022). AUFKLARUNG : Jurnal Kajian Bahasa , Sastra Indonesia , dan Pembelajarannya. *AUFKLARUNG: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pembelajarannya*, *1*(2), 138–146.

Dzahira, B. K., Hulwani, S. Z., & Sibuea, P. (2026). Analisis Pengaruh Masif Penggunaan Media Sosial Tiktok Pada Kalangan Gen-Z Dalam Penerapan Bahasa Indonesia. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, *9*(1), 93–96.

Fitria, N., Fadiyah, H. N., Alfiah, R. N., Fadhillah, M. R., & Nafarin, G. J. F. (2025). Fenomena Campur Kode pada Komentar TikTok sebagai Cerminan Identitas Bahasa Generasi Muda. *Jurnal Cahaya Edukasi*, *2*(4), 436–442.

Ganesh Kulkarni, M. Dobe, M. Ravi, R. Verma, S. Dutt, S. Dutta, S. S. (2023). *No Title 済無No Title No Title No Title*. *9*(2), 6–24.

Halimah, S. N., Ansor Alsunah, A., Nurwahidah, L. S., & Dudung Julianto, C. (2026). Campur Kode Pada Konten Tiktok Kreator Garut: Mang Epul Si Tukang Dahar Sebagai Representasi Bahasa Anak Muda Garut. *J-KIP (Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan)*, *7*(2), 880–889. https://doi.org/10.25157/j-kip.v7i2.23000

Husnita, S. R. I., Simarmata, Y. V. R., & Setijadi, N. N. (2025). Fusi Bahasa dan Identitas: Analisis Pemakaian Bahasa Inggris-Campur dalam Komunikasi Generasi Z. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, *9*(1), 352–365. https://doi.org/10.30601/humaniora.v9i1.6568

Lembak, D. I. S. D. N. (2026). *3 1,2,3*. *12*(September), 188–197.

Nauvalia, N., & Setiawan, I. (2022). Peran media “Tik Tok” dalam memperkenalkan budaya Bahasa Indonesia. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, *6*(1), 126–138. https://doi.org/10.22219/satwika.v6i1.20409

R.Jung, M. (2019). No TitleΕΛΕΝΗ. *Αγαη*, *8*(5), 55.

Rufaidah, D., Ermawati, E., & Suhita, R. (2023). Fenomena Campur Kode pada Media Sosial Instagram Mahasiswa. *Jurnal Sastra Indonesia*, *12*(2), 113–118. https://doi.org/10.15294/jsi.v12i2.67902

Salsabilla, F., Hadi, S., Hermawan, A., & Sagita, R. M. (2025). Fenomena alih kode dan campur kode pada konten TikTok Dedi Mulyadi dalam perspektif pendidikan Bahasa. *Patria Education Journal*, *5*(2), 59–74.

Yana, A., & Dwi, N. (2025). Penggunaan Campur Kode Bahasa Generasi Z dalam Interaksi Sehari-Hari di Politeknik Negeri Jakarta. *Sniv: Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, *4*(1), 1–8.