

Campur Kode dalam Video Dakwah Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siauw di Youtube: Kajian Sociolinguistik

Tetri Alia Nova^a, Yetty Morelent^b, Syofiani^c

^{a,b,c} Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Bung Hatta,
email: ataharlita@gmail.com*

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 5 February 2026

Revised : 27 February 2026

Accepted : 4 March 2026

Keywords:

Code-mixing, Sociolinguistics,
Da'wah, YouTube, Hanan
Attaki, Felix Siauw

Kata Kunci:

Campuran Bahasa,
Sociolinguistik, Dakwah,
YouTube, Hanan Attaki, Felix
Siauw.

DOI: 10.62335

ABSTRACT

This study analyzes the sociolinguistic phenomenon of mixed language use in digital preaching. The study focuses on the communication styles of two well-known preachers, Ustaz Hanan Attaki (UHA) and Ustaz Felix Siauw (UFS), on YouTube. The aim of this study is to describe the types, reasons, functions, and comparisons of mixed language use by these two figures. The approach used was descriptive qualitative, with data analysis methods consisting of speech in video lectures on their official channels. The research findings identified 72 data points related to mixed language, consisting of five types: word insertion, phrase insertion, clause insertion, word repetition, and bastering. The most common types were word insertion and clause insertion. Reasons for code-mixing include the use of more easily understood popular terms, the connection of themes to references from the Quran and Hadith, the speakers' backgrounds, and efforts to adapt to audiences from millennials and Gen Z. Functionally, code-mixing is used to facilitate communication, create a more relaxed atmosphere, and explain Islamic concepts that are difficult to find equivalents in Indonesian. Comparatively, UHA tends to use Arabic code-mixing more often for spiritual matters, while UFS uses English more for aspects of logic and modern lifestyle. The research concludes that code-mixing is a flexible sociolinguistic strategy for connecting sacred religious messages with the current social dynamics of audiences.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis fenomena sociolinguistik yang meliputi penggunaan campuran bahasa dalam dakwah digital. Penelitian ini berfokus pada cara komunikasi dua figur pendakwah yang terkenal yaitu Ustaz Hanan Attaki (UHA) dan Ustaz Felix Siauw (UFS), di platform YouTube. Tujuan dari studi ini adalah untuk menggambarkan jenis, faktor penyebab, fungsi, dan perbandingan penggunaan campuran

bahasa oleh kedua figur tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode analisis data yang berbentuk tuturan dalam video ceramah di saluran resmi mereka. Temuan penelitian menemukan 72 data terkait campuran bahasa yang terdiri dari lima bentuk yaitu yaitu penyisipan kata, frasa, kalusa, pengulangan kata, dan baster. Tipe yang paling banyak ditemui adalah penyisipan kata dan klausa. Alasan terjadinya campuran bahasa meliputi penggunaan istilah populer yang lebih mudah dipahami, hubungan tema dengan referensi Al-Qur'an dan Hadis, latar belakang pembicara, serta upaya untuk beradaptasi dengan audiens dari generasi milenial dan Z. Dari segi fungsi, campuran kode digunakan untuk memperlancar komunikasi, menciptakan suasana yang lebih santai. Dari segi fungsi, campur kode digunakan untuk memperlancar komunikasi, menciptakan suasana yang lebih santai, dan menjelaskan konsep keislaman yang sulit ditemukan padanannya dalam bahasa Indonesia. Dalam perbandingan, Ustaz Hanan Attaki cenderung lebih sering menggunakan campuran bahasa Arab untuk hal-hal yang bersifat spiritual, sedangkan Ustaz Felix Sisuw lebih banyak menggunakan bahasa Inggris untuk aspek logika dan gaya hidup modern. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa campur kode merupakan strategi sociolinguistik yang fleksibel untuk menghubungkan pesan suci agama dengan dinamika sosial audiens saat ini.

LATAR BELAKANG

Masyarakat Indonesia termasuk masyarakat yang bilingual karena selain menguasai bahasa Indonesia, mereka juga menguasai bahasa ibu atau bahasa daerah. Selain itu, ada juga masyarakat Indonesia yang menguasai bahasa asing selain dari bahasa ibu dan bahasa Indonesia yaitu yang disebut masyarakat multilingual. Oleh karena itu banyak varian bahasa yang digunakan oleh masyarakat Indonesia tergantung di mana mereka berdomisili.

Dalam masyarakat bilingual atau multilingual, fenomena peralihan bahasa seperti campur kode menjadi hal yang wajar dan sering terjadi dalam berbagai konteks komunikasi. Campur kode merujuk kepada penggunaan unsur-unsur dari dua bahasa atau lebih dalam satu tuturan yang sama.

Fenomena campur kode sering terjadi dalam komunikasi sehari-hari dan berkembang ke berbagai ranah komunikasi formal maupun non-formal termasuk ke media dakwah. Berdakwah atau ceramah keagamaan, di era digital saat ini tidak hanya disampaikan secara langsung, namun juga melalui platform daring seperti youtube, Instagram, podcast, dan tiktok. Hal ini mendorong penceramah untuk menyesuaikan gaya bahasa mereka agar lebih menarik dan relevan dengan audiens, terutama generasi muda.

Dua penceramah yang aktif berdakwah terutama di media digital dan memiliki pengaruh yang signifikan di kalangan anak muda adalah Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siauw. Kedua ustaz tersebut dikenal memiliki gaya dakwah yang komunikatif dan penggunaan bahasa yang khas, termasuk campur kode antara bahasa Indonesia, bahasa Arab, dan bahasa Inggris. Fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti mengingat bahwa penggunaan campur kode dalam ceramah agama

dapat mencerminkan gaya dakwah yang adaptif.

Youtube adalah sebuah platform berbagi video daring yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis. Youtube yang kini dimiliki oleh Google telah berkembang menjadi salah satu situs web paling populer di dunia. Youtube merupakan salah satu platform yang awalnya hanya mengunggah video pribadi atau momen sehari-hari. Namun, semakin berkembang, youtube muncul dengan konten komedi, musik, tutorial, sampai sebagai sarana berdakwah. Melalui youtube, seorang pendakwah dapat menyebarkan agama dengan unggahan video dan bahasa yang menarik, seperti ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siau, melakukan dakwah atau berceramah melalui youtube.

Ustaz Hanan Attaki yang memiliki nama asli Tengku Hanan Attaki dikenal anak yang cerdas semenjak kecil dan sangat dekat dengan Al-Qur'an. Ustaz Hanan Attaki pernah mengenyam pendidikan di Universitas Al-Azhar, Kairo dengan jurusan Tafsir Al-Qur'an. Dalam berdakwah, Ustaz Hanan memiliki karakteristik bahasa yang mudah diterima oleh masyarakat, cenderung tidak kaku, dan tema-tema dakwahnya sangat kekinian sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu, dalam berpakaian terkesan kasual dan sederhana namun kekinian. Tujuannya adalah agar dakwah yang disampaikan mudah diterima oleh masyarakat secara luas terutama anak muda.

Begitu juga dengan Ustaz Felix Siau. Bernama asli Felix Yanwar Siau, dibesarkan dalam lingkungan Katolik dan mulai mengenal Islam sejak tahun 2002. Felix Siau adalah sosok yang sangat kritis dan banyak mempertanyakan konsep ketuhanan ketika masih remaja. Ia merasa tidak puas dengan jawaban yang diberikan oleh para pastor dan pendeta mengenai konsep Trinitas dan penebusan dosa, yang menurutnya tidak masuk akal. Ia pun sempat menjadi seorang atheis. Puncak dari pencariannya terjadi ketika ia dikenalkan pada Al-Qur'an. Ia merasa "tertampar" dan terpesona oleh ketegasan dan kejelasan ayat-ayat Al-Qur'an, khususnya Surat Al-Baqarah ayat 2. Ayat tersebut berbunyi, "Kitab (Al-Qur'an) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertaqwa." Menurutnya, kalimat ini sangat logis dan berani, seolah-olah ditulis bukan oleh manusia, melainkan oleh Sang Pencipta. Perjalanan spiritualnya didukung oleh pertemuan dengan seorang pendakwah yang bernama Ustaz Fatih Karim yang membimbingnya dan mengenalkannya pada Al-Qur'an. Pada tahun 2002, saat usianya 18 tahun dan masih berstatus mahasiswa semester 3 di IPB, ia mengucapkan dua kalimat syahadat dan resmi menjadi muallaf. Kini beliau menjadi pendakwah, penulis, dan *influencer* muslim keturunan Tionghoa-Indonesia. Ia dikenal dengan gaya bicara yang lugas dan berani dalam menyampaikan pendapat meskipun kontroversial.

Dalam berdakwah, baik Ustaz Hanan Attaki maupun Ustaz Felix Siau cenderung menggunakan bahasa Indonesia nonformal tetapi kekinian. Maksud kekinian, gaya bahasa kedua ustaz tersebut mengikuti perkembangan zaman. Makanya banyak pengikut kedua ustaz ini dari kalangan anak muda. Jadi tidak tertutup kemungkinan Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siau menggunakan campur kode dalam berdakwah. Oleh sebab itu, fenomena penggunaan campur kode dalam ceramah keagamaan yang disampaikan oleh ustaz populer seperti Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siau di platform YouTube menarik perhatian penulis. Jadi alasan penulis memilih Ustaz Hanan dan Ustaz Felix menjadi objek penelitian adalah karena kedua ustaz ini sangat populer di kalangan anak muda dan memiliki jutaan pengikut pada kanal youtube mereka masing-masing, memiliki gaya ceramah

yang komunikatif dan responsif terhadap perkembangan budaya dan media, namun berasal dari latar belakang pendidikan dan budaya yang berbeda.

Berdasarkan latar belakang, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan campur kode dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siauw di youtube ditinjau dari bentuk campur kode, faktor yang menyebabkan terjadinya campur kode, fungsi penggunaan campur kode, dan perbandingan penggunaan bahasa dalam campur kode tersebut.

Terdapat dua manfaat dalam penelitian ini, yaitu secara teoritis dan secara praktis. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang linguistik, khususnya dalam kajian sosiolinguistik yang mengkaji campur kode dalam konteks komunikasi dakwah digital. Selanjutnya secara praktis, penelitian dapat memberi manfaat bagi siswa yaitu agar dapat meningkatkan pemahaman di bidang sosiolinguistik dan dapat menumbuhkan kesadaran multibahasa. Manfaat bagi guru, dapat dijadikan sebagai materi pembelajaran yang kontekstual, relevan dan dekat dengan kehidupan siswa. Manfaat bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang tertarik untuk meneliti fenomena serupa. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika bahasa dalam dakwah atau media sosial.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Hakikat Bahasa

Bahasa dipahami bukan sekadar sistem tanda linguistik yang otonom, melainkan sebagai fenomena sosial yang hidup dan dinamis. Bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi dan identitas sosial yang mencerminkan struktur serta dinamika masyarakat dalam ilmu sosiolinguistik.

Menurut Chaer dan Agustina (2010: 11) bahasa adalah sebuah sistem. Artinya bahasa itu dibentuk oleh sejumlah komponen yang berpola secara tetap dan dapat dikaidahkan. Sebagai sebuah sistem, bahasa selain bersifat sistematis juga bersifat sistemik. Sistematis artinya bahasa disusun menurut pola tertentu, tidak disusun secara acak atau sembarangan. Sedangkan sistemik, sistem bahasa bukanlah sistem tunggal, melainkan terdiri dari subsistem fonologis, subsistem morfologis, subsistem sintaksis, dan subsistem leksikon (Chaer dan Agustina, 2010:12). Menurut Siregar dan Silitonga (2023:20) bahasa adalah linguistik dalam pemakaiannya banyak ditentukan oleh faktor-faktor non-linguistik. Faktor linguistik seperti kata-kata, kalimat-kalimat saja tidak cukup untuk memperlancar komunikasi. Pendidikan, tingkat ekonomi, jenis kelamin, ikut menentukan pemakaian bahasa. Juga faktor situasi, siapa pembicara, pendengar, juga menjadi faktor penentuan pemakaian bahasa. Pendekatan ini menekankan bahwa bahasa tidak dapat dipisahkan dari konteks sosialnya.

Sependapat dengan Chaer dan Agustina, Komariyah (2023:16) mengungkapkan bahwa bahasa diartikan sebagai sistem lambang bunyi yang dipakai oleh manusia. Artinya, bahasa digunakan sebagai sarana berkomunikasi dan berinteraksi oleh makhluk hidup dengan makhluk hidup lainnya.

Sosiolinguistik

Lazimnya dalam ilmu pengetahuan terbagi atas cabang-cabang, dalam ilmu linguistik pun dapat terbagi dalam bermacam bidang. Misalnya, ilmu linguistik sosiologi yang sering disebut dengan ilmu sosiolinguistik. Ilmu sosiolinguistik yang berasal dari kata “socio” memiliki makna yaitu masyarakat, dan “linguistik” yang berarti kajian suatu bahasa.

Chaer dan Agustina (2010:3) mengemukakan bahwa sosiolinguistik adalah kajian tentang ciri khas variasi bahasa, fungsi variasi bahasa, dan penggunaan bahasa karena ketiga unsur ini berinteraksi dalam dan saling mengubah satu sama lain dalam satu masyarakat tutur identitas sosial dari penutur, lingkungan sosial tempat peristiwa tutur terjadi serta tingkatan variasi dan ragam linguistik.

Secara umum, sosiolinguistik merupakan bagian dari kajian ilmu linguistik yang mempelajari hubungan antara bahasa dengan masyarakat (Holmes, 2013:1). Para sosiolinguis tertarik untuk menjelaskan mengapa kita berbicara secara berbeda dalam konteks sosial yang berbeda, serta mengidentifikasi fungsi sosial bahasa dan cara penggunaannya untuk menyampaikan makna sosial.

Sependapat dengan itu, Wardhaugh dan Fuller (2015:1) menjelaskan bahwa sosiolinguistik adalah studi tentang bahasa dalam kaitannya dengan masyarakat. Bidang ini bertujuan untuk memahami struktur bahasa dan bagaimana bahasa berfungsi dalam komunikasi sosial. Menurut Sumarsono (2017:5) sosiolinguistik itu meliputi tiga hal yaitu bahasa, masyarakat, dan hubungan antara bahasa dan masyarakat.

Wijana (2020:4) juga mengemukakan hal yang senada bahwa sosiolinguistik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari hubungan antara bahasa dan faktor-faktor kemasyarakatan. Menurut Komariyah (2023:12) sosiolinguistik adalah cabang ilmu linguistik yang erat kaitannya dengan sosiologi, hubungan antara bahasa dengan faktor-faktor sosial di dalam suatu masyarakat tutur serta mengkaji tentang ragam dan variasi bahasa.

Susyulawati (2024:2) berpendapat sosiolinguistik merupakan subdisiplin linguistik yang mempelajari bahasa yang berkaitan dengan penggunaan bahasa dalam masyarakat.

Berdasarkan penjelasan dari para pakar sosiolinguistik, dapat disimpulkan bahwa sosiolinguistik adalah cabang ilmu yang mempelajari bahasa ataupun variasi bahasa yang terjadi dalam masyarakat.

Variasi Bahasa

Dalam interaksi sosial, masyarakat menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi di kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini bahasa tidak hanya sistem lambang melainkan juga sebagai sistem sosial, sistem komunikasi, dan bagian dari kebudayaan masyarakat tutur tertentu (Susyulawati, 2024:10). Karena kebutuhan penutur yang bersifat heterogen atau memiliki latar belakang yang berbeda-beda, maka variasi bahasa bisa muncul dalam situasi seperti ini.

Variasi bahasa adalah bentuk-bentuk perbedaan dalam penggunaan bahasa yang muncul sebagai respons terhadap faktor sosial, geografis, situasional, atau personal. Dalam kajian sosiolinguistik, variasi bahasa menjadi konsep kunci karena menunjukkan bahwa bahasa bukan sesuatu yang statis dan seragam, melainkan bersifat dinamis, fleksibel, dan kontekstual.

Chaer dan Agustina (2010:61) membagi variasi bahasa ke dalam dua kategori besar, yaitu **variasi berdasarkan penutur** dan **variasi berdasarkan penggunaan**. Variasi berdasarkan penutur mencakup dialek, idiolek, dan sosiolek, sedangkan variasi berdasarkan penggunaan mencakup ragam formal dan nonformal, ragam ilmiah, ragam sastra, dan sebagainya.

Holmes (2013:134) menyatakan bahwa variasi bahasa terjadi karena pengguna bahasa berada dalam komunitas sosial yang beragam, sehingga bentuk bahasa yang digunakan pun bervariasi tergantung pada siapa yang berbicara, kepada siapa, dalam konteks apa, dan untuk tujuan apa. Ia menekankan bahwa faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, status sosial, dan hubungan antarpenerut sangat memengaruhi pilihan bahasa.

Menurut Warsiman (2014:53) terjadinya variasi atau keragaman bahasa disebabkan oleh dua hal yakni, keragaman sosial penutur, dan keragaman fungsi bahasa. Keragaman sosial penutur meliputi: kronolek, sosiolek dan masing-masing memiliki ciri dan sifat yang kompleks. Demikian pula dalam keragaman fungsi bahasa, muncullah fungsi bahasa menurut segi pemakaian, segi keformalan, segi sarana, serta masing-masing terdapat ciri dan sifat yang kompleks pula.

Wijana (2020:11) juga menjelaskan bahwa variasi bahasa dapat dilihat dalam perbedaan pemilihan kosakata, struktur kalimat, gaya berbicara, hingga penggunaan bahasa campuran (seperti campur kode). Ia menekankan bahwa variasi bahasa bukan penyimpangan, melainkan bagian alami dari kemampuan penutur untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya.

Dalam konteks dakwah, variasi bahasa digunakan untuk menjangkau audiens yang luas dengan latar belakang sosial dan bahasa yang beragam. Ustaz Hanan Attaki, misalnya, sering menggunakan campuran bahasa Arab, Inggris, dan bahasa gaul anak muda untuk menciptakan kedekatan dengan generasi milenial. Begitu pula Felix Siau yang dalam beberapa ceramahnya memadukan bahasa Indonesia dengan istilah Arab dan kosakata Islami global yang populer di media sosial.

Dengan menggunakan variasi bahasa, para dai menunjukkan fleksibilitas linguistik dan sensitivitas sosial yang tinggi. Hal ini penting untuk meningkatkan daya tarik pesan dakwah, memperkuat koneksi emosional dengan jamaah, serta menunjukkan identitas dakwah yang sesuai dengan zaman.

Kedwibahasaan

Kedwibahasaan atau *bilingualisme* merujuk pada kemampuan individu untuk menggunakan dua bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Jazeri (2017:49) mengungkapkan bahwa kedwibahasaan (*bilingualisme*) secara sosiolinguistik berarti penggunaan dua bahasa secara bergantian oleh seorang penutur atau masyarakat tutur dalam berinteraksi dengan orang lain. Sependapat dengan hal tersebut, Susylawati (2021:4) menyatakan *bilingualisme* sebagai pemakaian dua bahasa oleh seorang penutur dalam pergaulannya dengan orang lain secara bergantian. Ngalmun (2022:113) juga menuturkan hal yang sama bahwasanya kedwibahasaan itu adalah penggunaan dua bahasa atau lebih oleh seorang penutur atau masyarakat yang pemakaiannya dilakukan secara bergantian. Supaya dapat menggunakan dua bahasa, seseorang harus menguasai kedua bahasa tersebut. Yaitu, bahasa ibu (bahasa pertama yang didapat), lalu bahasa lain yang menjadi bahasa keduanya. Di Indonesia, masyarakat pada umumnya termasuk *bilingual/dwibahasa* karena selain menguasai

bahasa daerah, mereka juga menguasai bahasa Indonesia. Selain kedwibahasaan/bilingualisme yang mampu menguasai dua bahasa, juga terdapat multilingualisme yaitu seseorang yang menguasai lebih dari dua bahasa. Semakin tinggi pendidikan seseorang, maka akan semakin banyak pula bahasa yang dikuasai.

Campur Kode

Campur kode pada dasarnya merupakan suatu fenomena kebahasaan yang secara alamiah terjadi pada masyarakat multilingual. Campur kode merupakan salah satu bentuk variasi bahasa yang terjadi ketika penutur menyisipkan unsur-unsur dari satu bahasa ke dalam bahasa lain dalam suatu ujaran. Fenomena ini umum terjadi dalam masyarakat bilingual atau multilingual, dan sering kali menunjukkan keakraban, identitas sosial, atau tujuan komunikatif tertentu.

Chaer dan Agustina (2010:114) mendefinisikan campur kode sebagai peristiwa penggunaan dua atau lebih bahasa atau ragam bahasa dalam satu tuturan atau kalimat oleh penutur yang sama. Mereka menegaskan bahwa campur kode berbeda dari alih kode, karena dalam campur kode tidak terjadi pergantian secara keseluruhan, melainkan hanya penyisipan unsur-unsur tertentu seperti kata, frasa, atau klausa.

Menurut Wijana, (2022:171) campur kode adalah suatu keadaan berbahasa bilamana orang mencampur dua atau lebih bahasa dengan saling memasukkan unsur-unsur bahasa yang satu ke dalam bahasa yang lain.

Campur kode adalah peristiwa penggunaan dua atau lebih bahasa atau variasi bahasa dalam satu tuturan. Holmes (2013:35) menekankan bahwa campur kode dapat terjadi antar kalimat maupun dalam satu kalimat, tergantung pada konteks sosial dan tujuan komunikasi. Fenomena ini sering kali mencerminkan identitas sosial, solidaritas, atau keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lawan bicara.

Wardhaugh dan Fuller (2015:103) menjelaskan bahwa campur kode dapat terjadi antar giliran bicara, dalam satu giliran bicara, bahkan dalam satu ujaran. Fenomena ini mencerminkan kompleksitas penggunaan bahasa dalam interaksi sosial, di mana penutur memilih bahasa atau dialek tertentu untuk menyampaikan makna sosial, identitas, atau hubungan interpersonal.

Ketika seseorang menggunakan satu kata atau satu frasa dari sebuah bahasa ke dalam bahasa lain, maka dapat dikatakan seseorang itu melakukan campur kode. Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui campur kode adalah ketika seseorang mencampur dua bahasa dalam satu kalimat percakapan. Hal ini terjadi ketika seseorang menyisipkan kata, frasa, atau klausa dari satu bahasa ke dalam struktur bahasa lain.

Warsiman (2014:96) menjelaskan bahwa ciri-ciri campur kode itu adanya hubungan timbal balik antara peranan dan fungsi kebahasaan serta unsur-unsur bahasa atau variasi-variasinya yang menyisip dalam bahasa lain tidak lagi mempunyai fungsi sendiri. Penggunaan campur kode tidak semata-mata soal kemampuan bahasa, tetapi juga dipengaruhi oleh konteks sosial dan tujuan komunikasi penutur. Misalnya, seorang eksekutif muda di Jakarta mungkin mencampur bahasa Indonesia dengan istilah-istilah bahasa Inggris seperti "meeting" atau "deadline" untuk

menunjukkan profesionalisme atau identitas sosialnya. Dengan kata lain, campur kode digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan komunikatif tertentu dalam interaksi sosial.

Dalam konteks dakwah, campur kode sering digunakan untuk memperkuat makna religius (misalnya dengan menyisipkan istilah Arab seperti *ikhlas, jannah, ustaz, fitrah*), menciptakan daya tarik modern (dengan bahasa Inggris seperti *mindset, struggle, upgrade*), atau membangun kedekatan dengan audiens muda melalui bahasa gaul dan informal.

Bentuk Campur Kode

Menurut Warsiman (2014:97) berdasarkan unsur-unsur kebahasaan yang terlibat di dalamnya, campur kode dapat dibedakan menjadi enam macam, yaitu:

1. Penyisipan unsur-unsur yang berwujud kata. Menurut Suhardi (2013:84), kata adalah konstruksi terkecil dari kalimat. Contoh bentuk campur kode berwujud kata ini adalah *"bagaimana caranya biar kita bisa **Istikamah** karena biasanya kalau kita beramal kadang-kadang kita semangat kadang-kadang kita enggak semangat."*
2. Penyisipan unsur-unsur yang berwujud frasa, Frasa adalah kelompok kata yang secara gramatikal sepadan dengan kata dan tidak memiliki fungsi sebagai subjek maupun predikat (Suhardi, 2013:84). Contohnya *"Kalau kita membaca di dalam **Asbabun nuzul** cerita yang berkaitan dengan surat al-muzzammil maka surat ini turun ketika Nabi dalam keadaan sedih"*.
3. Penyisipan unsur-unsur yang berwujud bentuk baster, *"maka dalam kelelahan seperti itu dia mencoba untuk **merecoverynya** dengan cara jalan-jalan."*
4. penyisipan unsur-unsur yang berwujud perulangan kata
5. penyisipan unsur-unsur yang berwujud ungkapan,
6. Penyisipan unsur-unsur yang berwujud klausa. Klausa adalah kelompok kata yang sudah memiliki unsur subjek dan predikat serta telah memasuki sebagai kalimat, yaitu kalimat sederhana (Suhardi, 2013:85)

Menurut Ngalimun (2022:157) campur kode dapat berupa kata monomorfemik dan polimorfemik (bentuk dasar dan bentuk kompleks), bentuk ulang, dan ungkapan. Dari segi sifat, campur kode dapat bersifat intern dan ekstern.

Susyowati dkk (2024:37) memiliki pendapat yang sama dengan Warsiman bahwa wujud campur kode dapat diklasifikasikan berdasarkan unsur-unsurnya yaitu dalam bentuk kata, frasa, baster, perulangan kata, ungkapan atau idiom, dan klausa yang disisipkan.

Faktor Penyebab Terjadinya Campur Kode

Ngalimun (2022:153) mengungkapkan bahwa latar belakang terjadinya campur kode pada dasarnya dapat dikategorikan menjadi dua tipe yaitu tipe yang berlatar belakang pada sikap dan tipe yang berlatar belakang kebahasaan. Kedua tipe tersebut saling bergantung dan tidak jarang bertumpang tindih yang menyebabkan dapat teridentifikasi, karena: (a) identifikasi peranan, (b) identifikasi ragam. Identifikasi peranan berkaitan dengan siapa yang berbicara dan posisi sosial apa yang sedang

ia tunjukkan. Pada saat seseorang mencampur kode, biasanya ia sedang menegaskan status atau peranannya dalam suatu interaksi. Adapun untuk ukuran identifikasi peranan adalah sosial, registrasi dan edukasional, Identifikasi ragam berkaitan dengan situasi dan konteks pembicaraan. Kedua identifikasi tersebut saling bergantung dan tidak jarang bertumpang tindih.

Sementara itu Susyowati dkk (2024:37) juga mengemukakan hal yang sama bahwa yang melatarbelakangi adanya campur kode, yaitu latar belakang sikap dan latar belakang kebahasaan. Jazeri(2017:66) mengklasifikasikan faktor penyebab campur kode di antaranya adalah (1) keterbatasan penggunaan kode, (2) penggunaan istilah yang lebih populer dan lebih sederhana, (3) pembicara dan pribadi pembicara, (4) mitra bicara, (5) tempat tinggal dan waktu pembicaraan berlangsung, (6) modus pembicaraan, (7) topik pembicaraan, (8) fungsi dan tujuan bicara, (9) ragam dan tingkat tutur bahasa, (10) hadirnya orang ketiga, (11) pokok pembicaraan, (12) untuk membangkitkan rasa humor, dan (13) untuk sekedar bergengsi atau bergaya.

Fungsi Campur Kode

Menurut Ngilimun (2022:157) fungsi dari penggunaan campur kode oleh penutur adalah

1. untuk mengenakan pembicaraan

Campur kode dapat membuat percakapan terasa lebih santai, akrab, dan personal. Saat seseorang beralih dari satu bahasa ke bahasa lain dalam satu kalimat, ini sering kali menandakan hubungan yang informal atau keakraban dengan lawan bicaranya. Misalnya, dalam percakapan antara teman, penyisipan kata atau frasa berbahasa Inggris seperti “*by the way*” bisa menambah nuansa santai dan akrab yang tidak kaku.

2. Mempermudah alur komunikasi

Campur kode dapat menjadi jembatan pemahaman ketika dai menghadapi audiens yang memiliki latar belakang bahasa berbeda atau tidak sepenuhnya menguasai bahasa Arab. Dalam konteks ini, campur kode berfungsi untuk menerjemahkan konsep sulit. Istilah-istilah Islam yang kompleks (misalnya, *tazkiyatun nafs* atau *muhasabah*) bisa dijelaskan dengan padanan kata dalam bahasa yang lebih umum. Contoh: "Makna *tazkiyatun nafs* itu intinya *self-purification*, membersihkan jiwa dari hal-hal buruk." Penggunaan kata bahasa Inggris dan padanan bahasa Indonesia secara langsung membantu audiens memahami konsep abstrak. Selain itu, campur kode berfungsi memperjelas makna, ketika satu bahasa tidak memiliki padanan kata yang tepat untuk menjelaskan suatu konsep, campur kode dapat digunakan untuk memberikan konteks yang lebih kaya. Misalnya, seorang ustaz menjelaskan pentingnya *ikhlas* dengan menambahkan, "ikhlas itu *pure intention*... niat yang benar-benar hanya karena Allah."

3. Untuk tidak terikat kaidah bahasa (yang kaku)

Fungsi ini memungkinkan ustaz untuk lebih fleksibel dalam penyampaian dakwah tanpa harus terpaku pada aturan-aturan bahasa yang sangat formal. Fleksibilitas ini sangat penting dalam dakwah karena membuat pesan lebih relevan. Campur kode memungkinkan dai menyesuaikan gaya bicaranya dengan tren atau dinamika sosial yang ada, sehingga ajaran Islam tidak terasa kuno. Ini membuat dakwah terasa relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Selain itu,

menggunakan bahasa yang lebih santai dan menggunakan campur kode dapat menjangkau berbagai kalangan, termasuk anak muda yang lebih terbiasa dengan bahasa non-formal. Dengan demikian, pesan dakwah bisa menembus batasan sosial dan linguistik.

Bahasa Dakwah

Bahasa dakwah adalah media utama penyampaian pesan keagamaan. Pilihan bahasa yang tepat akan memengaruhi daya tarik, pemahaman, dan penerimaan pesan. Dalam dakwah modern, penggunaan campur kode (misalnya bahasa Inggris atau Arab dalam bahasa Indonesia) sering digunakan untuk menyesuaikan dengan audiens muda atau yang memiliki latar belakang pendidikan global.

Youtube sebagai Media Dakwah

YouTube adalah platform berbagi video yang memungkinkan penceramah menyampaikan dakwah secara lebih fleksibel dan interaktif. Menurut Ismail (2024:12) youtube pertama kali diperkenalkan oleh Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim tahun 2005.

YouTube sebagai platform video daring menawarkan berbagai manfaat, terutama dalam konteks penyebaran informasi dan dakwah keagamaan yaitu,

1. Jangkauan luas dan global. YouTube memungkinkan konten untuk diakses oleh audiens global tanpa batas geografis, sehingga penceramah dapat menyebarkan dakwah kepada lebih banyak orang.
2. Konten bersifat permanen dan dapat diulang. Video ceramah dapat ditonton kapan saja dan berulang kali, memberikan fleksibilitas kepada audiens untuk belajar sesuai waktu dan kebutuhan mereka.
3. Interaksi dua arah. Melalui kolom komentar, fitur live chat, dan langganan, YouTube memungkinkan interaksi langsung antara penceramah dan penonton.
4. Media kreatif dan visual. Ceramah bisa disampaikan dengan visual menarik, subtitle, musik latar, dan gaya presentasi yang sesuai dengan selera audiens muda.

Algoritma dan rekomendasi. Sistem rekomendasi YouTube memungkinkan ceramah-ceramah populer untuk lebih mudah ditemukan oleh pengguna yang memiliki minat serupa.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Gunawan (2013:85) penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah-masalah manusia dan sosial. Dengan berpikir secara induktif, peneliti tidak berangkat dari teori yang ketat untuk kemudian membuktikan kebenarannya, melainkan dari data lapangan atau fenomena nyata yang diamati terlebih dahulu.

Pada penelitian ini, yang menjadi sumber data adalah video dakwah Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siauw yang diunggah di kanal YouTube resmi masing-masing. Kanal yang dimaksud adalah "Hanan Attaki" untuk Ustaz Hanan dan "Felix Siauw" untuk Ustaz Felix Siauw. Adapun data adalah

tuturan yang mengandung campur kode dalam dakwah Ustaz Hanan Attaki yang berjudul *Cara Ngobatin Hati yang Lelah dan Terluka* dengan durasi waktu 14,40 menit dan *Kalo Mentok, Harus Gimana* dengan durasi waktu 21,06 menit. Ada pun judul video yang dijadikan sebagai sumber data dari video ceramah Ustaz Felix Siauw adalah *Tip dan Trik Cara Agar Istikamah* dengan durasi waktu 34,04 menit dan *Cara Bersemangat dalam Hidup* dengan durasi waktu 30,47 menit.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan data dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siauw berjumlah 72 data dengan rincian Ustaz Hanan Attaki sebanyak 35 data dan Ustaz Felix Siauw 37 data. Dalam data tersebut, terdapat penggunaan campur kode ke luar yaitu dalam bentuk penggunaan bahasa Arab dan bahasa Inggris dan campur kode ke dalam yaitu penggunaan bahasa Jawa.

Setelah dilakukan analisis terhadap campur kode yang terdapat dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siauw, peneliti menemukan 101 data yang terdiri dari 39 data campur kode kata, 23 data campur kode frasa, 10 data campur kode baster, 3 data campur kode kata ulang, dan 26 data campur kode klausa yang dapat dilihat dari tabel berikut.

No	Nama Ustaz	Judul Ceramah	Jumlah Data	Bentuk Campur Kode					Jenis Campur Kode	
				Kata	Frasa	Baster	Kata Ulang	Klausa	Campur Kode ke Luar	Campur Kode ke Dalam
1	Ustaz Hanan Attaki	Cara Ngobatin Hati yang Lelah dan terluka	11	4	5	2	1	1	31	1
		Kalo Mentok, harus Gimana	24	11	7	1	-	15	24	-
2	Ustaz Felix Siauw	Tip dan Trik agar Istikamah	24	13	9	3	-	10	34	1
		Bersemangat dalam Hidup	13	11	2	4	2	-	19	-
Jumlah			72	39	23	10	3	26	108	2

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa baik Ustaz Hanan Attaki maupun Ustaz Felix Siauw secara konsisten menggunakan berbagai campur kode dalam setiap ceramahnya. Bentuk yang paling dominan muncul adalah penyisipan unsur kata, frasa dan kalusa. Penyisipan dalam bentuk baster juga ditemukan seperti penggunaan *merecovery*, *mempresure*, *direlatekan*, dan *circlenya* dimana terjadi penggabungan kata bahasa Inggris dengan afiks bahasa Indonesia. Fenomena ini menunjukkan bahwa kedua pembicara melakukan adaptasi gramatikal yang fleksibel untuk membuat istilah asing sesuai dengan struktur kalimat bahasa Indonesia sebagai bahasa matriks.

Menurut analisis data, penggunaan istilah yang lebih umum dan sederhana adalah penyebab utama campuran kode. Ini terbukti dengan Ustaz Felix Siauw menggunakan kata-kata seperti "vibes", "core of the core", dan "platform". Tujuan dari penggunaan istilah-istilah modern dan digital ini adalah untuk membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh audiens muda—generasi milenial dan Z—yang merupakan segmen utama mereka di YouTube.

Selain itu, ada hal-hal seperti keterbatasan penggunaan kode atau kebutuhan akan makna yang tepat. Istilah-istilah Arab, seperti "tahaddus binikmat", "birrul walidain", atau "al isabah fi qawli wa al amal," masih digunakan dalam bentuk aslinya karena memiliki makna teologis yang dalam yang sulit untuk dipadankan dengan kata-kata lain dalam bahasa Indonesia tanpa mengurangi maknanya.

Dalam dakwah kedua ustaz ini, fungsi campur kode sangat penting untuk mempermudah alur komunikasi. Penggunaan istilah seperti "sharing" atau "support system", misalnya, membantu audiens memahami konsep agama dari sudut pandang psikologi atau sosial modern, sehingga komunikasi menjadi lebih cair dan tidak kaku. Memperkenalkan atau menekankan tujuan juga merupakan fungsi utama. Seringkali, Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siauw membacakan frasa pertama dalam bahasa Arab dan kemudian menambahkan terjemahan atau penjelasan dalam bahasa Indonesia, seperti yang terlihat dalam data "illalladzina amanu". Metode ini tidak hanya menguatkan otoritas keagamaan (basis dalil) tetapi juga memastikan bahwa pesan dapat dipahami oleh pendengar yang tidak akrab dengan bahasa Arab.

Sebagai perbandingan, kedua tokoh tersebut memiliki perbedaan dalam penggunaan campur kode bahasa Arab. Ustaz Hanan Attaki cenderung lebih banyak menggunakan campur kode yang bersifat teologis-spiritual, seperti kutipan dari Al-Qur'an dan istilah hati seperti *dhaif*, *halu'a*, dan *ajula*. Selain itu, kata-kata emosional atau motivasional lebih sering digunakan dengan kode bahasa Inggrisnya. Ini mencerminkan pendidikannya di Al-Azhar, Kairo.

Ustaz Felix Siauw menunjukkan banyaknya penggunaan kode bahasa Inggris yang dicampur dalam bidang teknis, intelektual, dan gaya hidup digital (seperti emosi, kekuatan dalam, usaha, dan cara berpikir). Ini mencerminkan gaya bicaranya yang kritis, lugas, dan sosiologis sebagai penceramah yang aktif dan pengaruh terhadap umat Islam.

Kesimpulannya, penggunaan campur kode oleh kedua ustaz ini bukan sekadar variasi bahasa yang tanpa makna, melainkan adalah teknik komunikasi yang fleksibel yang memungkinkan mereka untuk menyatukan pesan agama yang sakral dengan realitas sosial audiens yang berbahasa internasional dan kontemporer yang terdaftar di *platform* YouTube.

Jika dikaitkan dengan penelitian terdahulu mengenai campur kode, hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan dan pengembangan, seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

1. **Persamaan Karakteristik Campur Kode Ustaz Hanan Attaki:** Penelitian yang dilakukan oleh Ristia Ulfa (2020), yang menyelidiki campur kode Ustaz Hanan Attaki di Instagram, menemukan bahwa UHA sangat dominan dalam penggunaan campur kode "ke luar" (outer code-mixing), khususnya dalam bahasa Arab. Hal ini menunjukkan bahwa gaya bahasa UHA dalam berdakwah tetap sama meskipun menggunakan berbagai platform media sosial, seperti Instagram dan YouTube. Dia terus menggunakan istilah seperti *dhaif* dan *muzzamil* untuk menciptakan suasana spiritual.
2. **Pola Campur Kode pada Media Sosial YouTube:** Penemuan tesis ini sejalan dengan penelitian sebelumnya tentang fenomena bahasa di YouTube. Pola penyisipan bahasa Inggris Ustaz Felix Siauw (UFS), seperti kata "vibes" dan "mindset," mirip dengan pola campuran kode dalam penelitian relevan yang mengkaji konten kreator modern. Ini menunjukkan bahwa penceramah modern telah menggunakan bahasa "netizen" sebagai strategi adaptasi sosiolinguistik untuk membuat konten dakwah mereka relevan dan kompetitif dalam algoritma dan minat penonton YouTube.
3. **Perluasan Bentuk Campur Kode:** Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan bentuk baster (hybrid) yang lebih kompleks (seperti *me-recovery*, *live-nya*) telah diperluas. Dalam penelitian sebelumnya, fokus utama penelitian ini seringkali hanya pada tingkat kata dan frasa. Hal ini menunjukkan perkembangan sosiolinguistik di mana bahasa Indonesia sebagai bahasa penerima menjadi lebih mampu menerima elemen bahasa asing (Inggris) melalui proses morfologis. Temuan ini melengkapi kekurangan penelitian sebelumnya yang belum meneliti secara menyeluruh jenis baster dalam ceramah keagamaan.

Fungsi Strategis dalam Dakwah Kontemporer: Penelitian ini mendukung argumen dari penelitian yang relevan di Bab II bahwa campur kode adalah pilihan kode yang sadar, bukan sekadar kesalahan berbahasa satu. Fungsi "mengenakkan pembicaraan" di UHA dan UFS menunjukkan bahwa penggunaan kode campuran membantu mengurangi jarak sosial, atau jarak sosial, antara penceramah dan audiens milenial. Ini ditunjukkan oleh teori sosiolinguistik yang disebutkan oleh peneliti terdahulu.

PENUTUP / KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa di dalam video dakwah Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siauw dapat disimpulkan: *Pertama*, pada video dakwah Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Felix Siauw ditemukan lima bentuk campur kode, yaitu penyisipan unsur kata, frasa, klausa, kata ulang, dan baster. Kata dan klausa adalah bentuk yang paling umum. Ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa asing (Arab dan Inggris) tidak hanya ditambahkan dengan istilah teknis, tetapi juga dimasukkan ke dalam struktur klausa untuk meningkatkan pesan dakwah. *Kedua*, ada beberapa faktor yang menyebabkan campur kode; yang pertama adalah penggunaan istilah yang lebih populer

dan sederhana untuk membuat pesan lebih komunikatif; yang kedua adalah topik pembicaraan yang sangat terkait dengan Al-Qur'an dan Hadis sehingga tidak dapat dihindari penggunaan istilah Arab; yang ketiga adalah latar belakang pembicara sebagai pendakwah; dan yang keempat adalah upaya untuk menyesuaikan diri dengan audiens generasi Z dan milenial yang akrab dengan istilah Arab. *Ketiga*, fungsi campur kode dalam video dakwah ini, digunakan untuk mempermudah alur komunikasi dan membantu jamaah lebih cepat memahami inti pesan. Itu juga digunakan untuk mengenakan pembicaraan agar suasana ceramah tidak terlalu formal atau kaku, dan untuk menjelaskan makna istilah keislaman yang tidak memiliki padanan kata yang tepat dalam bahasa Indonesia. Secara umum, Ustaz Felix Siauw dan Ustaz Hanan Attaki menggunakan campuran kode sebagai strategi sociolinguistik yang adaptif. Ustaz Hanan Attaki lebih banyak menggunakan bahasa Arab untuk hal-hal yang berkaitan dengan spiritualitas, sedangkan Ustaz Felix Siauw lebih banyak menggunakan bahasa Inggris untuk hal-hal yang berkaitan dengan logika dan gaya hidup kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Burgess, J., & Green, J. 2009. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Chaer, Abdul dan Leoni Agustina. 2010. *Sociolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Febriana, Hanifah Aliyah dan Sinta Rosalina. 2022. *Campur Kode dalam Ceramah Ustaz Felix Siauw di Kanal Youtube Berjudul "Islamophobia"*. Jurnal Humanika Volume 29 Nomor 1.
- Fitria, Sarifatil Aulya. 2022. *Alih Kode dan Campur Kode dalam Kultum Ustaz Hanan Attaki: Jangan Tinggalkan Salat*. Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia. Volume 5 Nomor 2.
- Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-ruzz Media.
- Gunawan, Imam. 2013. *Matode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Holmes, J. 2013. *An Introduction to Sociolinguistics* (4th ed.). Routledge.
- Ismail, dkk. 2024. *Sejarah YouTube*. Jakarta: Tempo Publishing.
- Jazeri, Mohamad. 2017. *Sociolinguistik: Ontologi, Epistemologi, dan Aksiologi*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Komariyah, Siti, dkk. 2023. *Sociolinguistik*. Website: <https://ipusnas2.perpusnas.go.id>
- Ngalimun. 2022. *Sociolinguistik: Perubahan, Pergeseran, dan Pemertahanan Bahasa*. Yogyakarta: Parama Ilmu.
- Siregar, Junifer dan Immanuel Doclas Belmondo Silitonga. 2023. *Sociolinguistik*. Tasikmalaya:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia Anggota IKAPI Jawa Barat.

Suhardi. 2013. *Pengantar Linguistik Umum*. Jogjakarta: Ar-ruzz Media.

Sumarsono. 2017. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta. SABDA.

Susyulowati, Eka, dkk. 2024. *Sosiolinguistik Teori dan Aplikasi*. Klaten: Underline.

Ulfa, Ristia. 2020. *Campur Kode dalam Video Dakwah Ustaz Hanan Attaki di Instagram (Kajian Sosiolinguistik)*. Jurnal Sasindo. Volume 9 Nomor 1.

Wardhaugh, R., & Fuller, J. M. 2015. *An Introduction to Sociolinguistics (7th ed.)*. Wiley-Blackwell.

Warsiman. 2014. *Sosiolinguistik: Teori dan Aplikasi dalam Pembelajaran*. Malang: UB Press.

Wijana, I Dewa Putu. 2020. *Pengantar Sosiolinguistik*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press.

Wijana, I Dewa Putu dan Muhammad Rohmadi. 2022. *Sosiolinguistik: Kajian Teori dan Analisis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.