

ANALISIS ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM KONTEN DAKWAH DIGITAL USTADZ ADI HIDAYAT: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

Oleh:

Tarisa Finanda¹

Joko Purwanto²

Universitas Muhammadiyah Purworejo

Alamat: JL. KHA Dahlan No.3&6, Purworejo, Kec. Purworejo, Kabupaten Purworejo,
Jawa Tengah (54111).

Korespondensi Penulis: tarisaafinanda@gmail.com, jokopurwanto@umpwr.ac.id.

Abstract. *This study examines the use of code-switching and code-mixing in the digital da'wah content of Ustadz Adi Hidayat uploaded through Instagram Reels on the account @kajianustadzadihidayat.lc. The research employs a descriptive qualitative approach, with data consisting of spoken utterances in da'wah videos. Data were collected through observation and transcription techniques, while data analysis was conducted by identifying and classifying linguistic units containing code-switching and code-mixing based on Abdul Chaer's sociolinguistic theory, Suwito's classification of code-switching, and Suandi's classification of code-mixing. The results show that code-switching and code-mixing are frequently used in digital da'wah delivery. Code-switching from Indonesian to Arabic is employed to convey religious propositions and theological concepts, while code-mixing appears in the form of inserted religious terms to clarify meaning and adapt to the social media audience. This phenomenon indicates that code-switching and code-mixing function as communication strategies that enhance the effectiveness of da'wah message delivery in digital media.*

Keywords: Code-Switching, Code-Mixing, Digital Da'wah, Sociolinguistics.

ANALISIS ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM KONTEN DAKWAH DIGITAL USTADZ ADI HIDAYAT: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

Abstrak. Penelitian ini membahas penggunaan alih kode dan campur kode dalam konten dakwah digital Ustadz Adi Hidayat yang diunggah melalui fitur reels Instagram pada akun @kajianustadzadihidayat.lc. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data berupa tuturan lisan dalam video dakwah. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik simak dan transkripsi, sedangkan analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi serta mengklasifikasikan satuan lingual yang mengandung alih kode dan campur kode berdasarkan teori sociolinguistik Abdul Chaer, klasifikasi alih kode menurut Suwito, serta klasifikasi campur kode menurut Suandi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alih kode dan campur kode kerap digunakan dalam penyampaian dakwah digital. Alih kode dari bahasa Indonesia ke bahasa Arab digunakan untuk menyampaikan dalil dan konsep keagamaan, sedangkan campur kode muncul dalam bentuk penyisipan istilah-istilah religius untuk memperjelas makna dan menyesuaikan dengan audiens media sosial. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa alih kode dan campur kode berfungsi sebagai strategi komunikasi yang mendukung efektivitas penyampaian pesan dakwah di media digital.

Kata Kunci: Alih Kode, Campur Kode, Dakwah Digital, Sociolinguistik.

LATAR BELAKANG

Bahasa memiliki peran sentral dalam kehidupan sosial manusia karena menjadi sarana utama untuk menyampaikan gagasan, perasaan, serta membangun relasi sosial. Selain berfungsi sebagai alat komunikasi, bahasa juga berperan sebagai penanda identitas sosial dan budaya suatu masyarakat. Cara seseorang menggunakan bahasa sering kali mencerminkan latar belakang sosial, budaya, dan ideologi yang dianutnya. Oleh karena itu, penggunaan bahasa tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial yang melingkupinya.

Dalam masyarakat Indonesia yang bersifat multibahasa, praktik penggunaan lebih dari satu bahasa dalam satu peristiwa tutur merupakan fenomena yang lazim dijumpai. Kondisi ini menyebabkan banyak penutur berada dalam situasi dwibahasawan atau multibahasawan, sehingga memunculkan berbagai gejala kebahasaan, salah satunya adalah alih kode dan campur kode. Fenomena ini terjadi baik dalam komunikasi sehari-hari maupun dalam konteks komunikasi publik.

Perkembangan teknologi digital turut memengaruhi cara manusia berkomunikasi. Media sosial menjadi ruang baru bagi interaksi sosial yang memungkinkan terjadinya

pertemuan berbagai latar belakang bahasa dan budaya. Salah satu bentuk komunikasi yang berkembang pesat di media sosial adalah dakwah digital. Dakwah yang disampaikan melalui platform digital menuntut pendakwah untuk menyesuaikan strategi kebahasaannya agar pesan dapat diterima oleh audiens yang heterogen.

Ustadz Adi Hidayat merupakan salah satu pendakwah yang aktif memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai media dakwah. Melalui fitur reels, pesan keagamaan disampaikan secara singkat, padat, dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Dalam ceramah-ceramah yang diunggah pada akun Instagram @kajianustadzadihidayat.lc, terlihat penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama yang disertai peralihan ke bahasa Arab serta penyisipan istilah-istilah keagamaan. Praktik kebahasaan tersebut menunjukkan adanya fenomena alih kode dan campur kode yang digunakan sebagai strategi komunikasi dakwah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk dan fungsi alih kode serta campur kode dalam konten dakwah digital Ustadz Adi Hidayat di media sosial Instagram dengan menggunakan perspektif sosiolinguistik.

KAJIAN TEORITIS

Sosiolinguistik merupakan cabang linguistik yang mengkaji hubungan antara bahasa dan masyarakat. Chaer dan Agustina (2010) menjelaskan bahwa sosiolinguistik mempelajari bagaimana bahasa digunakan dalam interaksi sosial serta bagaimana faktor-faktor sosial memengaruhi pilihan bahasa penutur. Dengan demikian, bahasa tidak hanya dipahami sebagai sistem bunyi dan struktur gramatikal, tetapi juga sebagai fenomena sosial yang hidup dalam masyarakat.

Pandangan ini sejalan dengan pendapat Bram dan Dickey (dalam Malabar, 2015) yang menyatakan bahwa sosiolinguistik menitikberatkan kajian pada penggunaan bahasa dalam kehidupan nyata. Penutur senantiasa menyesuaikan bahasa yang digunakannya dengan situasi, lawan tutur, tujuan komunikasi, serta norma sosial yang berlaku. Oleh karena itu, perbedaan cara berbicara antarindividu maupun antarkelompok merupakan hal yang wajar dalam masyarakat yang heterogen.

Dalam konteks masyarakat Indonesia yang multibahasa, kajian sosiolinguistik menjadi sangat relevan. Keberagaman bahasa daerah, bahasa nasional, serta bahasa asing

ANALISIS ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM KONTEN DAKWAH DIGITAL USTADZ ADI HIDAYAT: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

mendorong terjadinya variasi bahasa dalam praktik komunikasi. Variasi tersebut tidak hanya muncul dalam bentuk dialek atau ragam bahasa, tetapi juga dalam bentuk peristiwa alih kode dan campur kode.

Alih kode merupakan salah satu fenomena kebahasaan yang banyak dikaji dalam sosiolinguistik. Chaer (2014) mendefinisikan alih kode sebagai peralihan penggunaan bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain dalam suatu peristiwa tutur. Peralihan tersebut dapat terjadi secara sadar maupun tidak sadar, tergantung pada situasi dan kebutuhan komunikasi penutur.

Hymes (dalam Chaer dan Agustina, 2014) menegaskan bahwa alih kode tidak hanya terjadi antar bahasa yang berbeda, tetapi juga dapat berlangsung antarvariasi atau ragam dalam satu bahasa yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa alih kode berkaitan erat dengan konteks sosial dan tujuan komunikatif penutur. Seorang penutur dapat beralih dari ragam formal ke ragam informal untuk menciptakan suasana yang lebih akrab, atau sebaliknya untuk menunjukkan sikap hormat dan kewibawaan.

Soewito (dikutip oleh Chaer dan Agustina, 2014) membedakan alih kode menjadi dua jenis, yaitu alih kode internal dan alih kode eksternal. Alih kode internal terjadi antar bahasa daerah atau antar variasi dalam satu bahasa, sedangkan alih kode eksternal melibatkan peralihan antara bahasa nasional dan bahasa asing. Klasifikasi ini membantu peneliti dalam mengidentifikasi arah dan bentuk peralihan bahasa yang terjadi dalam suatu tuturan.

Selain alih kode, fenomena kebahasaan lain yang sering muncul dalam masyarakat multibahasa adalah campur kode. Chaer (2014) menyatakan bahwa campur kode merupakan peristiwa penyisipan unsur-unsur bahasa lain, seperti kata, frasa, atau klausa, ke dalam tuturan yang menggunakan satu bahasa utama. Dalam campur kode, penutur tidak sepenuhnya berpindah bahasa, melainkan hanya mencampurkan unsur bahasa lain.

Nababan (dalam Sukmana, dkk., 2021) menjelaskan bahwa campur kode terjadi bukan karena tuntutan situasi, melainkan karena kehendak penutur. Campur kode sering digunakan untuk memperjelas makna, menyesuaikan istilah yang dianggap lebih tepat, atau menunjukkan identitas sosial tertentu. Dalam konteks tertentu, campur kode juga berfungsi untuk menciptakan kedekatan antara penutur dan mitra tutur.

Suandi (2014) mengelompokkan campur kode ke dalam tiga jenis, yaitu campur kode ke dalam, campur kode ke luar, dan campur kode hibrida. Campur kode ke dalam terjadi ketika penutur mencampurkan unsur bahasa daerah ke dalam bahasa Indonesia. Campur kode ke luar terjadi ketika unsur bahasa asing disisipkan ke dalam bahasa Indonesia, sedangkan campur kode hibrida merupakan perpaduan beberapa bahasa sekaligus dalam satu tuturan.

Terjadinya alih kode dan campur kode tidak terlepas dari berbagai faktor sosial dan situasional. Suandi (2014) mengemukakan bahwa faktor-faktor tersebut meliputi latar belakang penutur, perubahan situasi tutur, kehadiran orang ketiga, peralihan topik pembicaraan, perbedaan ragam dan tingkat tutur bahasa, serta dorongan untuk memperoleh prestise atau gengsi.

Appel (dalam Sukmana, dkk., 2021) juga menyatakan bahwa alih kode sering dipicu oleh perubahan situasi komunikasi. Penutur beralih bahasa sebagai bentuk adaptasi terhadap kondisi komunikasi yang sedang berlangsung. Dalam praktik komunikasi publik, faktor-faktor tersebut kerap muncul secara bersamaan sehingga alih kode dan campur kode menjadi strategi komunikasi yang efektif.

Dalam konteks komunikasi modern, media sosial menjadi ruang yang memperlihatkan praktik alih kode dan campur kode secara intensif. Dakwah digital yang disampaikan melalui media sosial menuntut pendakwah untuk menggunakan bahasa yang komunikatif, persuasif, dan mudah dipahami oleh audiens yang beragam.

Penggunaan alih kode ke bahasa Arab ketika mengutip ayat Al-Qur'an atau hadis dapat berfungsi untuk memperkuat legitimasi keagamaan dan otoritas pendakwah. Sementara itu, campur kode berupa penyisipan istilah-istilah keagamaan yang sudah akrab di masyarakat berfungsi untuk memperjelas makna serta menjembatani pemahaman audiens. Dengan demikian, alih kode dan campur kode dalam dakwah digital tidak dapat dipandang sebagai penyimpangan bahasa, melainkan sebagai strategi linguistik yang memiliki fungsi komunikatif dan pragmatis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan mendeskripsikan secara mendalam fenomena alih kode dan campur kode dalam tuturan dakwah digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena data penelitian berupa tuturan lisan

ANALISIS ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM KONTEN DAKWAH DIGITAL USTADZ ADI HIDAYAT: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

yang mengandung makna, konteks, serta fungsi sosial bahasa yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, melainkan perlu dipahami dan dijelaskan secara deskriptif sesuai konteks penggunaannya.

Sumber data penelitian ini adalah video dakwah Ustadz Adi Hidayat yang diunggah dalam bentuk reels pada akun Instagram @kajianustadzadidayat.lc. Akun tersebut dipilih karena secara konsisten mengunggah potongan ceramah Ustadz Adi Hidayat yang memuat penggunaan lebih dari satu bahasa, khususnya bahasa Indonesia, Arab, dan Inggris, sehingga relevan dengan kajian alih kode dan campur kode.

Data penelitian berupa tuturan lisan yang mengandung peristiwa alih kode dan campur kode. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik simak, yaitu menyimak secara cermat video dakwah yang diunggah pada akun Instagram tersebut. Selanjutnya, data lisan ditranskripsikan ke dalam bentuk tulisan untuk memudahkan proses identifikasi dan analisis. Tahap transkripsi dilakukan secara teliti dengan mempertahankan bentuk tuturan asli penutur agar tidak mengubah makna dan konteks ujaran.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, peneliti mengidentifikasi satuan lingual berupa kata, frasa, atau klausa yang menunjukkan adanya peristiwa alih kode dan campur kode. Kedua, data yang telah diidentifikasi diklasifikasikan berdasarkan jenisnya. Klasifikasi alih kode mengacu pada teori sosiolinguistik Abdul Chaer dan klasifikasi alih kode menurut Suwito, yaitu alih kode internal dan alih kode eksternal. Sementara itu, klasifikasi campur kode mengacu pada pendapat Suandi yang membedakan campur kode ke dalam, campur kode ke luar, dan campur kode hibrida.

Tahap terakhir adalah penafsiran data dengan mengaitkan temuan linguistik tersebut pada konteks dakwah digital. Penafsiran ini bertujuan untuk menjelaskan fungsi dan latar belakang penggunaan alih kode dan campur kode dalam penyampaian pesan keagamaan agar mudah dipahami oleh audiens yang beragam. Dengan demikian, metode penelitian ini selaras dengan pembahasan yang menitikberatkan pada bentuk, jenis, serta konteks sosial penggunaan alih kode dan campur kode dalam dakwah digital Ustadz Adi Hidayat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis empat video dakwah Ustadz Adi Hidayat yang diunggah melalui fitur reels pada akun Instagram @kajianustadzadihidayat.lc. Video-video tersebut dipilih karena menampilkan gaya bertutur UAH yang khas, yakni padat, reflektif, dan sarat dengan penggunaan variasi bahasa. Dari hasil pengamatan dan transkripsi data, ditemukan bahwa UAH secara konsisten menggunakan dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Arab. Penggunaan kedua bahasa ini memunculkan peristiwa alih kode dan campur kode yang berfungsi mendukung penyampaian pesan dakwah.

Analisis Data 1

1. Transkripsi:

“Hai, bukankah engkau punya kesimpulan aku yang punya rezeki? Bukankah engkau punya kesimpulan Aku? Sang Pencipta Yang Maha Memberi atau Yang Menghidupkan aku yang Mematikan aku yang memberikan segala hal yang kau butuhkan. *Wallahu khayru-r-raaziqiin* kau meminta rizeki kepadaku, aku yang terbaik dalam memberikan rizki engkau yang minta, engkau yang doa dimudahkan. Tapi ketika aku panggil, kau menjauh dariku. Di penutup Jumat, seakan-akan dalam kalimatnya engkau mengatakan, aku Tuhanmu, engkau berdoa padaku. Engkau minta rizeki kepadaku. Tapi ketika aku panggil Jumat, kau masih santai di luar. Kau masih sibuk dengan rapatmu. Kau masih sibuk dengan hiburanmu, kau masih sibuk dengan rokokmu, engkau masih sibuk dengan dialogmu. Sementara proyek yang kau kerjakan kau minta kepadaku. Ya Allah, mudahkan ini, lancarkan ini, lindungi ini. Sementara aku panggil kau menjauh dariku. Engkau mencari rizki, sementara engkau yakinkan pada dirimu, aku yang memberikan rizki, aku yang terbaik dalam memberi rizki. Maka Allah katakan di akhir *Wallahu khayru-r-raaziqiin*, bukankahngkau sadar aku pemberi rizki yang terbaik. Aku yang mengaturnya lantas kenapa engkau jauh dariku.”

2. Pembahasan:

Pada data pertama, Ustadz Adi Hidayat menyampaikan penjelasan panjang menggunakan bahasa Indonesia yang bersifat persuasif dan reflektif. Penjelasan tersebut berkaitan dengan konsep rezeki dan hubungan manusia dengan Tuhan. Di tengah tuturan, UAH kemudian beralih ke bahasa Arab melalui kutipan ayat

ANALISIS ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM KONTEN DAKWAH DIGITAL USTADZ ADI HIDAYAT: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

“Wallāhu khayru r-rāziqīn”. Peralihan dari bahasa Indonesia ke bahasa Arab ini termasuk dalam kategori alih kode eksternal karena melibatkan dua bahasa yang berbeda.

Alih kode tersebut memiliki fungsi yang sangat jelas, yakni sebagai penguat otoritas keagamaan. Ketika UAH menyampaikan argumen menggunakan bahasa Indonesia, tuturan tersebut bersifat rasional dan komunikatif. Namun, ketika disertai kutipan ayat Al-Qur'an dalam bahasa Arab, pesan dakwah menjadi lebih kuat karena memiliki legitimasi teologis. Penggunaan bahasa Arab pada bagian ini juga menciptakan suasana sakral yang membedakan antara penjelasan manusiawi dan firman Tuhan. Hal ini sejalan dengan pendapat Suwito (1983) yang menyatakan bahwa alih kode sering terjadi karena perubahan situasi tutur, termasuk perubahan dari konteks penjelasan ke konteks penguatan dalil.

Selain itu, alih kode pada data ini juga berfungsi sebagai penanda identitas religius penutur. UAH tidak hanya berperan sebagai komunikator, tetapi juga sebagai otoritas keilmuan agama. Dengan demikian, alih kode tidak sekadar berfungsi linguistik, melainkan juga ideologis dan persuasif.

Analisis Data 2

1. Transkripsi:

“Lata’naku rahmatilah hambaku, jangan putus asar yang Allah tancapkan pada jiwamu. Kalau engkau sujud minta ampun sekarang minta rahmatku, aku ampuni semua dosa-dosa yang pernah kau kerjakan selama hidupmu, kurang apa coba? Itulah ahmatnya Allah itu. Karena itu, ketika ada hambanya yang beriman dan ada hambanya yang ingkar dengan yang munafik. Allah lebih memberikan perhatian kepada yang ingkar, yang munafik, supaya sama-sama beriman, kurang sayang apalagi coba. Jadi kalau mau berbuat maksiat itu merenung dulu deh sebentar gitu ya. Merenungkan sayangnya Allah kepada kita, apa tega melepaskan sayangnya Allah dengan perbuatan maksiat yang dipilih kemudian konsisten ya, jaga itu sampai meninggal. Insyaallah husul khatimah.”

2. Pembahasan:

Pada data kedua, ditemukan penggunaan campur kode berupa penyisipan istilah Arab seperti *rahmat*, *maksiat*, dan *husnul khatimah* di dalam tuturan berbahasa

Indonesia. Fenomena ini termasuk dalam campur kode karena unsur bahasa Arab disisipkan tanpa mengubah struktur bahasa Indonesia sebagai bahasa utama.

Campur kode pada data ini berfungsi untuk memperdalam makna religius tuturan. Istilah-istilah Arab tersebut dipertahankan karena memiliki makna konseptual yang lebih kuat dibandingkan padanan bahasa Indonesia. Misalnya, istilah *maksiat* tidak hanya bermakna ‘perbuatan dosa’, tetapi juga mengandung nuansa pelanggaran terhadap perintah Tuhan. Demikian pula istilah *husnul khatimah* yang merujuk pada konsep kematian yang baik menurut ajaran Islam.

Penggunaan campur kode ini juga menunjukkan strategi komunikasi persuasif. Dengan menyisipkan istilah religius, UAH berupaya menyentuh sisi emosional audiens agar lebih merenungi pesan dakwah. Hal ini membuktikan bahwa campur kode dalam dakwah tidak bersifat mengganggu, tetapi justru memperkuat daya pesan dan kedalaman makna.

Analisis Data 3

1. Transkripsi:

“Alquran itu dahsyatnya. Jangankan kita baca dengar orang baca sudah ingat Allah kita. Coba buka murotal tuh syekh sudes baca Qur’an, Masyhad Rasyid baca Qur’an, Syekh surem baca Qur’an. Dibaca langsung menghujam kehati kan, tetap langsung inget tuh. Tiba-tiba ada yang nangis, ada yang tenang, baru dibacain. Itu indahnya Qur’an. Apalagi baca sendiri, apalagi sedang punya masalah. Ambil wudhu, bawa mushaf, buka. Dahsyatnya kadang baru buka itu ayat yang terbuka sesuai dengan apa yang kita alami. Kadang-kadang demikian. Baca, kalau tahu kemuliaan ayatnya, baca ayat-ayat yang sesuai dengan kebutuhan kita. Misal sedang punya masalah yang kompleks, yang orang kadang juga meragukan itu kadang mencela kita karena membuat kita pesimis. Keluarkan adzha dengan al insyirah, sedang ada masalah di rumah, pergaulan, belum kompak dengan kakak, dengan adik dan sebagainya, keluarkan surat Yusuf. Misal ada persoalan di pekerjaan dan sebagainya, ingin dimudahkan baca surat Al-Waqi’ah keluarkan. Kalau belum tahu beli buku-buku yang terkait dengan itu kan sudah banyak bahasa Indonesianya baca dulu. Sedang gundah, sedang apapun ingin terkoneksi dengan Allah ini. Kalau tak tahu Al-Fatihah ya betul Al-Fatihah. Karena itu ringkas. Intisari al Qur’an di Al-Fatihah, ya

ANALISIS ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM KONTEN DAKWAH DIGITAL USTADZ ADI HIDAYAT: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

bacakan, bacakan sampai kita merasakan bahwa jiwa kita sekarang tersambung dengan Allah. Kita punya Allah. Maksudnya itu saya punya Allah, bacakan itu ya”

2. Pembahasan:

Data ketiga memperlihatkan penggunaan register khusus berupa istilah dan nama-nama surat Al-Qur'an, seperti *Al-Insyirah*, *Yusuf*, *Al-Waqi'ah*, dan *Al-Fatihah*. Penggunaan register ini berkaitan erat dengan ranah agama dan hanya dipahami secara penuh oleh masyarakat tutur yang memiliki latar belakang keislaman.

Dalam kajian sosiolinguistik, register menunjukkan variasi bahasa yang digunakan pada bidang atau aktivitas tertentu. Penggunaan nama-nama surat Al-Qur'an oleh UAH berfungsi sebagai rujukan spiritual yang dianggap memiliki kekuatan simbolik dalam kehidupan masyarakat Muslim. UAH mengaitkan setiap surat dengan permasalahan hidup tertentu, sehingga bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana solusi religius.

Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa dalam dakwah tidak berdiri sendiri, melainkan terikat dengan nilai budaya dan kepercayaan masyarakat. Penggunaan register khusus tersebut juga memperkuat identitas kolektif umat Islam sebagai masyarakat tutur yang memiliki sistem makna bersama.

Analisis Data 4

1. Transkripsi:

“Saya ambil contoh begini, salat itu ma'ruf atau mungkar? Ma'ruf. Ma'ruf sesuatu yang dinilai baik, sesuatu yang disyariatkan dan baik. Dibenarkan, diwajibkan oleh Allah dalam yang fardhu. Tapi apa ciri keberhasilan orang yang benar salatnya pada perbuatan Ma'ruf? *Tanha anil fahsyā wal mungkar*. Ketika mampu menjauhi yang mungkar. Fahsyā itu ya maaf ya maaf sekali, kata-kata jorok, kotor, pornografi, pornoaksi, LGBT dan turunannya itu fahsyā. Jadi kalau ada orang salat setelah kemudian salat melakukan tindakan yang fahsyā nonton misalnya maaf video-video yang kotor, gambar-gambar yang tak elok. Itu menunjukkan bahwa ada yang kurang sempurna dalam salatnya. Mungkar perbuatan buruk yang langsung diingkari.”

2. Pembahasan:

Pada data keempat, UAH menggunakan istilah Arab seperti *ma'ruf*, *mungkar*, dan *fahsyā'* dalam penjelasan tentang perilaku manusia. Istilah-istilah tersebut disisipkan

dalam tuturan berbahasa Indonesia dan berfungsi sebagai penanda konsep moral dalam Islam. Penggunaan istilah tersebut mencerminkan sikap bahasa yang positif terhadap nilai-nilai agama. UAH tidak mengganti istilah Arab dengan padanan bahasa Indonesia secara penuh karena istilah tersebut telah mengakar dalam praktik keagamaan masyarakat. Selain itu, penggunaan istilah Arab juga berfungsi sebagai sarana edukasi moral agar audiens memahami konsep baik dan buruk berdasarkan perspektif agama.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa alih kode dan campur kode dalam dakwah UAH berfungsi sebagai strategi komunikasi yang efektif. Variasi bahasa digunakan secara sadar untuk menyesuaikan pesan dengan konteks, audiens, dan tujuan dakwah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan alih kode dan campur kode dalam konten dakwah digital Ustadz Adi Hidayat merupakan strategi komunikasi yang dilakukan secara sadar dan terarah. Alih kode dari bahasa Indonesia ke bahasa Arab terutama digunakan untuk mengutip ayat Al-Qur'an atau konsep keagamaan tertentu, sehingga berfungsi sebagai penguat otoritas dalil dan penegasan nilai sakral pesan dakwah.

Sementara itu, campur kode digunakan untuk memperjelas makna, memperdalam pesan keagamaan, serta menyesuaikan bahasa dakwah dengan karakteristik audiens media sosial. Penggunaan istilah Arab dan register khusus keagamaan tidak hanya memudahkan pemahaman, tetapi juga membangun kedekatan emosional antara pendakwah dan audiens. Dengan demikian, alih kode dan campur kode dalam dakwah digital tidak dapat dipandang sebagai penyimpangan bahasa, melainkan sebagai bentuk adaptasi linguistik yang mendukung efektivitas penyampaian pesan keagamaan di era digital.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini memberikan beberapa saran. Pertama, bagi para pendakwah digital, penggunaan alih kode dan campur kode sebaiknya dilakukan secara selektif dan kontekstual agar pesan keagamaan tetap mudah dipahami oleh audiens yang memiliki latar belakang linguistik yang beragam. Kedua, bagi pengelola konten dakwah di media sosial, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan

ANALISIS ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM KONTEN DAKWAH DIGITAL USTADZ ADI HIDAYAT: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

pertimbangan dalam merancang strategi kebahasaan yang komunikatif dan efektif. Ketiga, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji fenomena alih kode dan campur kode dalam konteks dakwah digital dengan objek, platform, atau pendekatan kajian yang berbeda, seperti pragmatik atau analisis wacana kritis, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Chaer & Agustina. 2010. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta
- Irrohman, A. T., & Rokhman, F. (2021). Sosiolinguistics Alih Kode dan Campur Kode dalam Ceramah Habib Umar Al-Muthohhar. *Jurnal Sastra Indonesia*, 10(1), 51–58. <https://doi.org/10.15294/jsi.v10i1.40389>
- Khattak, K. K., Aurangzeb, S., & Raza, M. (2022). *Code-Switching and Code-Mixing: A View of Language Mixing Process in Daily Communication*. 21(2), 568.
- Lestari, P., & Rosalina, S. (2024). Alih Kode dan Campur Kode dalam Interaksi Sosial antara Penjual dan Pembeli. *Disastra: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(1), 11. <https://doi.org/10.29300/disastra.v4i1.3167>
- Marni, I., Harliyana, I., & Rahayu, R. (2021). Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Bertutur Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Malikussaleh. *KANDE Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.29103/jk.v1i1.3404>
- Pramandhani, V. A., & Trismanto, T. (2023). Fenomena Alih Kode dan Campur Kode Berdasarkan Penggunaan Tingkat Tutur Bahasa Jawa Perajin Batik Kota Pekalongan. *UNDAS: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa dan Sastra*, 19(1), 1-16.
- Santoso, G., Abdulkarim, A., & Maftuh, B. (2023). Kajian Identitas Nasional melalui Misi Bendera Merah Putih, dan bahasa Indonesia Abad 21. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 2(1), 284-296.
- Suandi, Nengah. (2014). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ulya, R. H. (2022). Dimension Of Social Order Pregnant Woman Superstition In Kubuang Tigo Baleh Society. *TELL-US Journal*, 8(1), 38-49.

Wardhani, C. P. N. K., & Wibisono, G. (2020). Alih Kode dan Campur Kode pada Status Media Sosial Soul (Kajian Sociolinguistik). *Jurnal Pendidikan Bahasa Mandarin UNESA*, 3(2).