

Indoglish: Mencermati Fenomena Sociolinguistik di Era Media Sosial Melalui Konten *Facebook*

Ratni Bantuu¹

Djeinnie Imbang²

Golda Juliet Tulung³

¹²³Pascasarjana Magister Linguistik, Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia

¹rantikafib@gmail.com

²djeinnie@unsrat.id

³gtulung@unsrat.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendokumentasikan bentuk-bentuk Indoglish dari tingkat linguistik, mendeskripsikan proses terbentuknya Indoglish, serta menjelaskan alasan penggunaan Indoglish oleh pembuat konten *Facebook* dengan nama akun "*Pita'slife*". Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan menyajikan hasilnya dalam bentuk uraian verbal. Data diperoleh dari konten video yang diunggah oleh akun "*Pita'slife*" dalam *Facebook*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan pencatatan. Analisis data mencakup tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 45 data Indoglish dalam konten FB *Pita'slife* yang dibatasi empat konten video. Klasifikasi data berdasarkan konsep Oktavia (2019), di mana Indoglish dapat dilihat dari dua unsur, yaitu unsur Indonesia dalam bahasa Inggris dan unsur bahasa Inggris dalam bahasa Indonesia. Berdasarkan data primer penelitian, alasan dibalik penggunaan Indoglish dalam konten FB "*Pita'slife*" yaitu: (1) menjaga koneksi dengan audiens lokal, (2) mempertahankan identitas budaya, (3) menarik perhatian audiens Indonesia dan memperluas jangkauan, serta (4) mempermudah komunikasi.

Kata kunci: *Sociolinguistik, Indoglish, Konten FB*

Pendahuluan

Nababan dalam (Dahniar dan Sulistyawati:2023) Sociolinguistik berasal dari dua kata, yaitu "sosio" dan "linguistik". "Sosio" berarti sosial, yakni berkaitan dengan masyarakat. Sedangkan "linguistik" merupakan ilmu yang mempelajari dan membahas bahasa, terutama unsur-unsur bahasa dan interaksi antar unsurnya. Dengan demikian, sociolinguistik adalah kajian ilmiah yang menyusun teori-teori mengenai hubungan antara masyarakat dan bahasa dalam lingkungan masyarakat atau kelompok.

Wijana (2021) Penggunaan bahasa dalam masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti usia, status sosial, ekonomi, pendidikan, jenis kelamin, dan pekerjaan. Identitas setiap pembicara dapat berbeda-beda, bergantung pada faktor-faktor sociolinguistik tersebut. Dalam sociolinguistik, masyarakat bahasa selalu bersifat heterogen, karena penggunaan bahasa dipengaruhi oleh aspek sosial seperti siapa yang berbicara, dengan siapa, kapan, di mana, dan untuk tujuan apa.

Fenomena penggunaan bahasa dalam masyarakat, campuran (*code-switching*) antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, semakin marak terjadi dalam berbagai media sosial. Hal ini karena media sosial merupakan ruang publik di mana orang-orang bebas mengekspresikan diri dengan bahasa yang berbeda-beda tanpa diikat oleh tata

bahasa. Campuran antara bahasa Inggris dan bahasa Indonesia diistilahkan dengan *Indoglish*. Penggunaan *Indoglish* dalam media sosial ini mencerminkan dinamika sosial dan budaya masyarakat yang dipengaruhi oleh globalisasi, perkembangan teknologi, serta interaksi antarbudaya yang terus berlangsung.

Sedeng dan Indrawati (2019), *Indoglish* merupakan gabungan dari bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, yaitu fenomena bahasa baru yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi di era globalisasi. Kehadiran *Indoglish* pada dasarnya merupakan hasil dari peminjaman kata-kata bahasa Inggris oleh penutur bahasa Indonesia. Istilah-istilah bahasa Inggris yang sering disisipkan dalam percakapan atau tulisan dalam bahasa Indonesia ini menciptakan bentuk bahasa campuran atau *Indoglish*.

Kehadiran *Indoglish* di Indonesia mencerminkan bagaimana proses globalisasi memengaruhi cara berkomunikasi, terutama di kalangan generasi muda yang semakin terhubung dengan dunia internasional melalui media sosial, internet, dan platform digital lainnya. Pada zaman digital ini, bahasa Inggris semakin banyak digunakan, bukan hanya dalam konteks formal, tetapi juga dalam konteks informal atau komunikasi sehari-hari. Sebagaimana Wijaya dan Bram (2021) menyebutkan bahwa *Indoglish* muncul akibat penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris dalam percakapan sehari-hari, baik yang bersifat formal maupun informal. Ketika orang berbicara atau menulis dalam konteks ini, mereka tidak memisahkan kedua bahasa tersebut dengan ketat, sehingga terbentuk *Indoglish*.

Indoglish saat ini terletak pada kemampuannya untuk beradaptasi dengan kebutuhan komunikasi modern. Di dunia yang serba terhubung melalui media sosial dan platform digital lainnya, bahasa harus mampu merespon kebutuhan komunikasi yang dinamis dan efisien. Penggunaan *Indoglish* memberikan solusi praktis untuk menyampaikan ide dan informasi dalam ruang komunikasi yang lebih bebas dan lebih santai. Istilah-istilah dalam bahasa Inggris yang sering disisipkan dalam bahasa Indonesia tidak hanya memperkaya kosakata, tetapi juga mempermudah penyampaian pesan, terutama dalam konteks yang membutuhkan komunikasi yang cepat dan langsung. Misalnya kata "stop," "sorry," "online," "update" merupakan kata-kata yang sering dijumpai dalam percakapan sehari-hari. Banyak orang merasa mudah dan terbiasa menggunakan kata-kata tersebut daripada padanan katanya dalam bahasa Indonesia. Sebagaimana Sudewi, Muhlisin, dan Ardiyati (2023) menyebutkan bahwa, *Indoglish* menjadi bentuk komunikasi yang fleksibel, mudah dipahami, dan efisien dalam konteks tertentu.

Fenomena *Indoglish* mencerminkan budaya global yang semakin mendominasi, terutama dalam masyarakat yang dipengaruhi oleh modernitas dan industri hiburan yang berbasis di negara-negara berbahasa Inggris. Bahasa Inggris, yang menjadi bahasa global, mendominasi dunia informasi dan komunikasi. Sehingga *Indoglish* menjadi hal biasa dan terjadi secara natural oleh penuturnya, serta berkembang pesat, khususnya di kalangan pengguna media sosial.

Pengguna aktif media sosial terutama anak muda, sering kali menggunakan *Indoglish* untuk menunjukkan keterhubungan mereka dengan tren global dan dunia digital. Dengan menyisipkan kata-kata bahasa Inggris dalam percakapan sehari-hari, mereka tidak hanya menunjukkan kemampuan mereka terhadap bahasa Inggris, tetapi juga menciptakan identitas sosial yang lebih berorientasi global, sekaligus mencerminkan gaya hidup modern yang serba cepat dan terkoneksi. Menurut Sudewi, Muhlisin, dan Ardiyati (2023) bahwa *Indoglish* muncul karena berkembangnya tren penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa dunia. Bahasa Inggris telah menyusup ke

dalam bahasa Indonesia dan tampaknya hal ini tidak dapat dihentikan. Di kota-kota besar sering terdengar penggunaan bahasa Inggris, meskipun bahasa tersebut tidak diucapkan dengan benar.

Oktavia (2019) menyebutkan bahwa penggunaan kata *update* lebih diutamakan daripada padanan katanya dalam bahasa Indonesia. Ini merupakan salah satu faktor munculnya Indoglish, yaitu faktor kebahasaan. Selain kata “update”, terdapat banyak kata-kata, frasa, klausa/kalimat bahasa Inggris yang menyatu dalam struktur kalimat bahasa Indonesia dan telah menjadi “lingua franca” dalam konteks tertentu. Contohnya, penggunaan bahasa oleh akun FB “Pita’slife”.

Pengguna akun FB “Pita’slife” merupakan pembuat konten yang konsisten menggunakan Indoglish. Pemilik akun ini bernama Pita dengan latar belakang pendidikannya ialah lulusan STIBA (Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Asing) Manado jurusan bahasa Inggris angkatan 2008. Ia berasal dari Maluku Utara tepatnya di Halmahera Utara, menikah dengan tentara kebangsaan Amerika dan sekarang tinggal di Inggris bersama keluarga kecilnya. Latar belakang pendidikan bahasa Inggris dan pengalaman tinggal di luar negeri memperkuat kecenderungan penggunaan Indoglish, karena ia merasa lebih mudah menggunakan kata-kata, frasa, klausa/kalimat tersebut.

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini yaitu Sudewi, Muhlisin, dan Ardiyati (2023) dengan judul penelitian *Indoglish as A Sociolinguistic Phenomenon: The Power of Language In the 4.0 Era*. Khotimah, Pribadi, Mintowati dan Ahmadi (2020) juga meneliti Indoglish dengan judul penelitian; *Indoglish in Social Media Platforms and Its Significance as a National Language Planning Material Study of Language Attitudes of Young Generation in the Digital Age*.

Hambali (2022) Analisis Indoglish Dalam Instagram Pada Generasi Z Di Kabupaten Sragen. Kemunculan Indoglish dimulai oleh selebriti Indonesia yang dapat dijumpai pada unggahan di sosial media *instagram* mereka yang pada akhirnya diadopsi oleh kalangan muda generasi Z, tanpa terkecuali, sekalipun di Kabupaten Sragen. Wijaya dan Bram (2021) meneliti variasi ekspresi campur kode dalam fenomena Indoglish yang ada di Jakarta Selatan, dalam penelitiannya menggunakan analisis sosiolinguistik sebagai metode. Indoglish telah menjadi sarana komunikasi di kalangan remaja, dan lebih populer di kalangan remaja dalam masyarakat bilingual atau multilingual ketika mereka berkomunikasi.

Handayani & Amelia (2022) dalam *Journal of English Language Learning (JELL) tentang Indoglish As a Sociolinguistic Phenomenon: a Case Study At English Departments UMMY Solok*. Tujuan penelitiannya ialah: untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk linguistik dari fenomena Indoglish di lingkungan pendidikan jurusan Bahasa Inggris UMMY Solok, untuk mendeskripsikan klasifikasi Indoglish, untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang melatarbelakangi munculnya Indoglish di jurusan Bahasa Inggris UMMY Solok.

Peneliti mengidentifikasi adanya bentuk-bentuk Indoglish dari tingkat linguistik dalam konten FB “Pita’slife.” Oleh sebab itu peneliti menggunakan konsep Handayani dan Amelia (2022) dalam menentukan bentuk-bentuk Indoglish dari tingkat linguistik dalam konten FB tersebut. Selain itu, peneliti menemukan proses terbentuknya Indoglish (Oktavia: 2019), serta alasan di balik munculnya Indoglish tersebut berdasarkan data primer penelitian.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti membahas fenomena Indoglish di konten FB “Pita’slife”, dari sudut pandang sosiolinguistik dan alasan penggunaan Indoglish dalam komunikasi non-formal yang dibatasi pada empat konten video. Video pertama yang diunggah pada 1 Juni 2024 (data 1) tentang edukasi kepada wanita agar hati-hati dalam

kencan *online*. Video kedua yang diunggah pada tanggal 13 Juni 2024 (data 2) tentang perjalanan belanja untuk keperluan perayaan hari ulang tahun. Video ketiga tentang membuat prekedel jagung Manado yang diunggah pada 9 Juli 2024 (data 3). Video keempat yang diunggah pada 27 Agustus 2024 (data 4) tentang motivasi belajar bahasa Inggris. Sehingga tujuan penelitian ini ialah: (1) untuk mendokumentasikan bentuk-bentuk Indoglish dari tingkat linguistik dalam konten FB “Pita’slife”, (2) untuk mendeskripsikan klasifikasi Indoglish, (3) untuk mendeskripsikan alasan munculnya bentuk-bentuk Indoglish dalam konten FB “Pita’slife.”

Metode

Bentuk penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif yang secara keseluruhan memanfaatkan cara-cara penafsiran dengan menyajikannya dalam bentuk deskripsi kata-kata (Sugiyono: 2014). Wujud data penelitian berasal dari bahasa yang diperoleh dari konten FB “Pita’slife”. Di mana bahasa yang digunakan merupakan bahasa non-formal sehingga diidentifikasi bentuk-bentuk Indoglish di dalamnya. Bentuk-bentuk linguistik yang merupakan bentuk-bentuk Indoglish inilah yang menjadi objek sasaran dalam penelitian ini. Pengumpulan data digunakan metode simak dan catat seperti yang biasanya dilakukan dalam penelitian linguistik. Penyimakan dilakukan dengan mencermati bahasa-bahasa yang digunakan dalam konten FB “Pita’slife” yang di dalamnya terdapat bentuk-bentuk Indoglish. Setelah itu, data-data yang sudah disimak kemudian dicatat berdasarkan klasifikasi data yang sudah dibuat.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode padan intralingual. Mahsun (2017) menyatakan bahwa metode padan intralingual adalah metode analisis data yang menghubungkan dan membandingkan unsur-unsur linguistik, baik yang terdapat dalam satu bahasa maupun dalam beberapa bahasa yang berbeda. Untuk mendokumentasikan proses terbentuknya Indoglish maka peneliti mengklasifikasi bentuk-bentuk Indoglish menggunakan konsep Oktavia (2019).

Hasil

Penelitian ini berhasil mendokumentasikan 45 data atau bentuk Indoglish dalam konten FB Pita’slife yang dibatasi empat konten video. Klasifikasi data berdasarkan konsep Oktavia (2019), di mana Indoglish dapat dilihat dari dua unsur, yaitu unsur Indonesia dalam bahasa asing dan unsur asing dalam bahasa Indonesia. Berdasarkan data primer penelitian maka alasan penggunaan Indoglish dalam konten FB Pita’slife, yaitu: (1) menjaga koneksi dengan audiens lokal, (2) mempertahankan identitas budaya, (3) menarik perhatian audiens Indonesia dan memperluas jangkauan, serta (4) mempermudah komunikasi.

Pembahasan

Fakta kebahasaan yang menggambarkan bentuk-bentuk Indoglish dari tingkat linguistik dalam konten “FB Pita’slife” berdasarkan konsep Handayani dan Amelia (2022), dapat dirinci sebagai berikut:

Data 1

“Girl, saya camkan pada kalian baik-baik. Ini overall semua orang atau laki-laki di bagian Barat, mereka tidak akan meminta uang jika mereka serius kepadamu, I mean denganmu. Jika ada message dari pacarmu yg mau anda mengirimkan uang,

katakan kepada dia bahwa saya tidak mempunyai uang. *And stop*, ini adalah penipuan yang sangat *common* banget, *and* banyak orang Indonesia yang tertipu dengan penipuan ini. Jika anda belum pernah bertemu dia dan dia meminta uang kepadamu, *red flag*. Kecuali dia yg mengirim uang kepadamu, wah itu *green flag*, pemirsah. *That means* dia mencintai dirimu. Kalian tahu bagaimana cerita pertemuan saya dengan suami saya. Saya tidak pernah meminta uang kepadanya *by the way*. Dia yang mengirimkan uang kepada saya sebelum kita bertatapan muka, *Green flag*, pemirsah. Tapi, jika anda belum pernah bertemu dengannya terus dia meminta uang, *please* deh, jauhkan pemirsah. Anda harus hati-hati kalau pergi ke *online dating* karena banyak sekali penipu. Lihat baik-baik karena sekarang ini *OMG* penipu merajalela. Anda harus sabar dan berdoa supaya malaikat *mengguide* anda. Di luar sana ada wanita yg terbunuh gara-gara *online dating*. Saran saya kepada anda, belajar untuk mendeteksi *red flag*, *dangerous*. Jika sekarang ini anda berada di *dating up*, *please be carefull and I wish you good luck*.”

Bentuk-bentuk Indoglish dari tingkat linguistik yaitu:

Tingkat kata: *Girl, overall, common, message, mengguide, dangerous*.

Tingkat frasa: *I mean, red flag, green flag, and stop, that means, please deh, online dating, OMG (Oh My God), dating up*

Tingkat klausa: *please be carefull and I wish you good luck*.

Data 1 menunjukkan temuan, bentuk Indoglish tingkat frasa lebih tinggi dibandingkan bentuk Indoglish dalam tingkat kata dan klausa, yaitu enam bentuk Indoglish dari tingkat kata, sembilan tingkat frasa, dan satu tingkat klausa.

Data 2:

“Kita pergi ke Lotte, belanja *snack-snack* untuk ultahnya Zack besok hari. *Actually not*, ini bukan Lotte, ini Indogrosir, *sorry* pemirsa. *But overall* kalo mau di bandingkan antara Lotte & Indogrosir, saya lebih memilih Lotte karena tempatnya luas. Indogrosir untuk saya *too much*. Setelah belanja, mereka *pack* semuanya dalam kardus. *So it's very good*. Semuanya akan *secure* sampai di rumah dengan selamat, *you know* tidak akan ada yang terpecah belah pemirsa. Anak-anak sangat suka dengan momogi, *oh my God I love* momogi jagung bakar. *The best taste*, pemirsa.”

Bentuk-bentuk Indoglish dari tingkat linguistik yaitu:

Tingkat kata: *snack-snack, sorry, pack, secure*

Tingkat frasa: *actually not, but overall, too much, the best taste*

Tingkat klausa: *you know, so, it's very good, Oh my God, I love*.

Data 2 menunjukkan temuan, bentuk lingual Indoglish tingkat kata, frasa, dan klausa sama jumlahnya, yaitu empat.

Data 3

“Di daerah saya makanan ini dikatan sebagai prekedel milu, di daerah anda mungkin dikatakan prekedel jagung, *I don't know*. *Anyway*, prekedel jagung ini sudah sah disukai semua anak-anakku. Cek video saya yang sebelum-sebelumnya, disitu ada resep prekedel ini, *go ahead and tried and let me know if you like it*.”

Bentuk-bentuk Indoglish dari tingkat linguistik:

Tingkat kata: *anyway*

Tingkat klausa: *I don't know, go ahead and tried and let me know if you like it*.

Data 3 menunjukkan temuan, bentuk lingual Indoglish tingkat klausa lebih tinggi dari bentuk Indoglish tingkat kata, yaitu satu bentuk Indoglish tingkat kata dan dua bentuk Indoglish tingkat klausa.

Data 4

“Terus bagaimana bisa lancar bahasa inggris? Setiap hari *OK* saya kase tips kepada kalian setiap hari hafal kira-kira lima kosakata. Anda tidak perlu takut dengan *grammar*, selama anda mempunyai kosakata *I promise you*, anda pasti bisa berbicara bahasa inggris. Satu hal yg perlu anda ketahui mengenai orang bule, mereka tidak akan menghina anda hanya karena satu kata anda sebut salah. *Now*, satu hal yg anda ketahui dalam belajar bahasa inggris, anda tidak bisa malu-malu kucing, *like cat. Stop, stop it.* Jika anda mau sukses belajar bahasa Inggris, anda harus keluar dari *comfort zone*. Jangan anda takut membuat kesalahan *let me tell you*. Untuk pemula mulai dengan lima kosa kata. *Let say with me "love"*. *Now*, ada banyak orang indonesia yg menikah dengan orang luar negeri dan tidak tahu berbahasa inggris sama sekali, *But* lama kelamaan *day by day* mereka mendengar *you know*, mereka belajar *and they can do it. So, you can do it too.* Jangan khawatir, ikuti saja langkah-langkah yang saya bilang & *you will be fine.*”

Bentuk-bentuk Indoglish dari tingkat linguistik yaitu:

Tingkat kata: *OK, grammar, now, but.*

Tingkat frasa: *like cat, stop stop it, comfort zone, day by day.*

Tingkat klausa: *I promise you, let me tell you, let say with me, and they can do it, So you can do it too, You will be fine.*

Data 4 menunjukkan temuan, bentuk lingual Indoglish tingkat klausa lebih tinggi dari bentuk Indoglish tingkat kata dan frasa, yaitu enam. Sedangkan bentuk Indoglish tingkat kata dan frasa sama jumlahnya, yakni empat.

Analisis menunjukkan bahwa tingkat linguistik berbeda pada tingkat kata, frasa, dan kalimat. Menurut Handayani dan Amelia (2022) secara linguistik, menunjukkan bahwa kecenderungan penggunaan kata lebih tinggi dibandingkan kecenderungan penggunaan frasa dan klausa, atau kalimat yang menunjukkan bahwa penggunaan Indoglish terkait dengan tingkat kesulitan bahasa. Bahasa yang lebih sulit lebih tidak disukai, tetapi bahasa yang lebih sederhana, yakni pada tingkat linguistik kata-kata disebabkan lebih mudah digunakan.

Penelitian ini berbeda dengan konsep Handayani dan Amelia (2022), di mana menunjukkan kecenderungan penggunaan frasa lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaan dalam bentuk kata dan klausa atau kalimat. Bentuk-bentuk Indoglish tingkat kata sebanyak 15, frasa 17, serta klausa sebanyak 13. Sehingga, penggunaan Indoglish dalam penelitian ini tidak lagi terkait dengan kesulitan berbahasa, melainkan penguasaan bahasa.

Klasifikasi Indoglish

Proses terbentuknya Indoglish diklasifikasikan berdasarkan konsep Oktavia (2019) yaitu Indoglish dapat dilihat dari dua unsur, yakni unsur bahasa Indonesia dalam bahasa Inggris dan unsur bahasa Inggris dalam bahasa Indonesia.

Unsur Bahasa Indonesia dalam Bahasa Inggris

Unsur bahasa Indonesia dalam bahasa Inggris terlihat pada kemunculan fonem dan penambahan kata.

Kemunculan fonem

Kemunculan fonem ini merupakan kemunculan bunyi yang mulanya tidak ada bahkan tidak dikenal dalam morfologi. Kehadiran fonemnya ditandai dengan penambahan dari prefiks *meN-*, *di-*, dan sufiks *-nya*. Dapat dilihat pada data dalam penelitian ini hanya terdapat satu data yaitu “*mengguide*”). Kata “*mengguide*” merupakan serapan dari bahasa Inggris “*guide*” yang berarti “memandu” atau “menuntun”. Dalam substansi bahasa Indonesia, “*mengguide*” sering diterapkan untuk menyatakan tindakan membantu atau memberi arahan kepada seseorang dalam melaksanakan sesuatu. Meskipun tidak formal, kata ini biasa digunakan dalam komunikasi sehari-hari, khusus di kalangan anak muda.

Penambahan kata

Penambahan kata adalah suatu proses penyisipan kata yang diberi pada kata setelahnya atau sebelumnya sehingga menjadi susunan kata yang memiliki arti atau makna. Penambahan kata dapat diperhatikan pada temuan data yaitu “*please deh*”. Ungkapan “*please deh*” merupakan dalam bahasa Indonesia tidak formal atau sering digunakan dalam percakapan santai. “*Please*” merupakan bahasa Inggris dengan arti dalam bahasa Indonesia yakni “*tolong*” atau “*mohon*,” sedangkan “*deh*” artikel penambah kesan informal. Partikel ini menekankan permohonan dengan nada lebih akrab. Jadi, frasa “*please deh*” merupakan nuansa yang bersahabat dan dapat diartikan sebagai “*tolong, ya*” atau “*mohon, dong*.”

Unsur Bahasa Inggris dalam Bahasa Indonesia

Bahasa Inggris dapat digunakan dalam bentuk kata atau ungkapan bahasa Inggris murni atau kombinasi dengan bahasa lain.

Adopsi

Penerjemahan berarti penggunaan bahasa yang mengambil konsep-konsep yang telah terdapat dalam bahasa asing, kemudian kata-kata tersebut dicari padanan katanya. Dapat terlihat beberapa temuan dibawah ini:

Sorry (sori)

Kata “*sorry*” merupakan kata dari bahasa Inggris yang merupakan permohonan maaf atau penyesalan terhadap sesuatu yang diperbuat. Di kalangan anak muda Indonesia kata “*sorry*” merupakan ungkapan informal dalam komunikasi sehari, yang menyatakan permohonan maaf dengan nada lebih santai.

Pack (pack)

Kata “*pack*” mengandung beberapa arti tergantung pada konteks penggunaannya. Dalam bahasa Inggris “*pack*” yaitu membungkus/mengemas, kumpulan, dan mengemas dalam konteks makanan, misalnya “*pack lunch*”. Dalam komunikasi sehari-hari, “*pack*” sering kali merujuk pada tindakan mengemas barang sebelum perjalanan atau kegiatan lain. Dalam video penelitian ini menceritakan tentang barang-barang belanja yang *dipack* atau dikemas dalam kardus. Pengemasan barang-barang belanja tersebut dilakukan oleh karyawan toko Indogrosir Manado agar lebih aman untuk dibawa pulang ke rumah.

Stop (stop)

Kata “stop” berasal dari bahasa Inggris yang artinya “berhenti”. Kata ini digunakan untuk menunjukkan tindakan menghentikan aktivitas atau gerakan. Selain itu, “stop” juga sering digunakan dalam konteks komunikasi tidak formal, seperti dalam komunikasi sehari-hari.

Penerjemahan

Penerjemahan berarti penggunaan bahasa yang mengambil konsep-konsep yang telah terdapat dalam bahasa asing, kemudian kata-kata tersebut dicari padanan katanya.

Comfort zone (zona nyaman)

“Comfort zone” merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan keadaan psikologis atau situasi di mana seseorang merasa nyaman dan aman. Di dalam *comfort zone*, individu cenderung melakukan aktivitas yang sudah familiar, sehingga mereka tidak merasakan stres atau tantangan yang signifikan. Namun, berada di dalam *comfort zone* juga bisa membatasi pertumbuhan pribadi dan perkembangan keterampilan, karena individu tidak menghadapi tantangan baru atau mengambil risiko. Banyak orang mendorong diri mereka untuk keluar dari *comfort zone* agar dapat belajar, berkembang, dan mencapai tujuan yang lebih besar. Dalam penelitian ini yaitu tentang video edukasi mengenai tips sukses belajar bahasa Inggris, salah satunya harus keluar dari zona nyaman.

“Red flag” (bendera merah) dan “green flag” (bendera hijau)

Istilah *red flag* dan *green flag* disebutkan dalam video pertama ketika pembuat konten menyampaikan pada para wanita yang terlibat dalam kencan online dengan orang asing atau “bule”. *Red flag* digunakan untuk menggambarkan tanda peringatan atau indikasi bahaya dalam berbagai konteks. Dalam penelitian ini, frasa *red flag* menunjukkan perilaku atau sifat pasangan yang akan menjadi tanda masalah serius di masa depan. Misalnya dalam konten disebutkan jika meminta uang sebelum bertemu berarti *red flag*. Sebaliknya dengan frasa *green flag*, menandakan tanda positif atau indikasi baik dalam berbagai konteks. *Green flag* menunjukkan perilaku atau sifat pasangan yang akan menjadi tanda hubungan sehat dan bahagia, misalnya ia mengirimkan uang sebelum bertemu dan tanpa diminta.

Alasan penggunaan Indoglish dalam konten FB Pita’slife

Pengguna akun Pita’slife merupakan pembuat konten yang berasal dari Indonesia tetapi tinggal di luar negeri tepatnya di Inggris. Ia memiliki 580 pengikut serta konten-konten unggahannya dalam FB ditujukan kepada audiens Indonesia. Sehingga berdasarkan data primer dalam penelitian ini, alasan penggunaan Indoglish oleh pembuat konten tersebut yaitu:

Menjaga koneksi dengan audiens lokal

Indoglish memberi peluang kepada pembuat konten FB “Pita’slife” untuk tetap terhubung dengan audiens Indonesia, meskipun ia berada di luar negeri. Bahasa Indonesia yang familiar menjadikan kontennya mudah dimengerti dan dihubungkan dengan pengalaman audiens di Indonesia. Penggunaan bahasa campuran (Indoglish) agar pembuat konten dapat berbicara dengan audiens yang memiliki latar belakang beragam, serta memastikan bahwa pesan yang disampaikan diterima dengan baik oleh semua orang, termasuk mereka yang terbiasa dengan bahasa Indonesia dan mereka

yang sudah terbiasa dengan penggunaan bahasa Inggris. Pembuat konten juga menyesuaikan gaya bicaranya dengan kenyamanan audiens lokal yang lebih sering mencampur kedua bahasa dalam percakapan sehari-hari.

Contoh: “*Girl*, saya camkan pada kalian baik-baik. Ini *overall* semua orang atau laki-laki di bagian Barat, mereka tidak akan meminta uang jika mereka serius kepadamu, *I mean* denganmu.”

Frasa “*I mean*” digunakan untuk menegaskan atau memperjelas maksud pembicara/pembuat konten, yang menunjukkan gaya komunikasi santai yang sering dipakai di media sosial, terutama di kalangan audiens muda Indonesia yang terpapar pada media Barat.

Mempertahankan identitas budaya

Indoglish ialah cara bagi pembuat konten FB “Pita’slife,” untuk menunjukkan identitas budaya Indonesia, meskipun ia tinggal di Inggris. Hal ini membantunya untuk tetap terhubung dengan akar budaya Indonesia dan berbagi pengalaman dengan audiens Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dalam kontennya, memberikan pesan bahwa meskipun ia tinggal di luar negeri, ia tidak melupakan akar budayanya. Hal ini mencerminkan usahanya untuk menjaga identitas budaya Indonesia, terutama karena bahasa merupakan salah satu elemen terpenting dari budaya itu sendiri.

Penggunaan ekspresi seperti “sorry pemirsa”, “you know”, dan “oh my God” merupakan bentuk ekspresi yang santai dan spontan, yang sering kali digunakan dalam percakapan sehari-hari di Indonesia, terutama di platform media sosial. Hal ini menciptakan kesan bahwa pembuat konten berbicara langsung dengan audiens mereka, seolah-olah sedang berbincang santai. Contoh (data 2) pembuat konten sedang berada di Sulawesi Utara (Manado), penggunaan istilah lokal yang sangat khas Indonesia yaitu “Indogrosir” dan “Lotte” sebagai tempat belanja Indonesia, sehingga menunjukkan hubungan yang kuat dengan budaya. Selain itu (data 3) penyebutan “prekedel milu” sebagai nama lokal makanan menunjukkan upaya untuk mempertahankan budaya setempat, yang mencerminkan kebiasaan, tradisi, dan identitas kuliner dari daerah Sulawesi Utara. Meskipun ada perbedaan dalam penyebutan nama makanan di daerah lain, ia tetap mengenalkan nama asli makanan tersebut, yang dapat mencerminkan budaya dan sejarah lokal.

Menarik perhatian audiens Indonesia dan memperluas jangkauan

Indoglish menarik audiens yang lebih luas, baik yang berbicara bahasa Indonesia maupun yang memahami bahasa Inggris. Ini mencerminkan globalisasi dan pengaruh bahasa asing dalam kehidupan sehari-hari di Indonesia. Indoglish sering digunakan untuk menciptakan rasa kedekatan atau keakraban, terutama dalam komunikasi yang lebih informal atau digital.

Indoglish merupakan bahasa yang tren terutama di kalangan anak muda Indonesia saat ini. Sebagaimana menurut (Oktavia 2019), penggunaan Indoglish di masyarakat lebih sering ditemui di kalangan kaum muda atau remaja Indonesia. Fenomena ini sering muncul ketika sesama remaja saling berkomunikasi dengan latar belakang yang beragam. Oleh karena itu, Indoglish menjadi cara yang efektif untuk menarik perhatian audiens Indonesia yang mencari konten dari kreator Indonesia yang tinggal di luar negara. Hal ini membantu pemilik akun FB “Pita’slife” untuk membangun komunitas dan basis penggemar di Indonesia. Indoglish juga dapat membantu pembuat konten FB “Pita’slife” untuk menjangkau audiens yang lebih luas di Indonesia, termasuk

mereka yang tidak fasih berbahasa Inggris. Contohnya dalam akun ini sudah di ikuti oleh 580 ribu pengikut dengan komentar, tanggapan, dan tayangan setiap video unggahannya cukup banyak.

Mempermudah komunikasi

Indoglish sering digunakan sebagai cara untuk menyampaikan pesan dengan lebih mudah atau lebih efisien, terutama dalam konteks informal. Dalam hal ini, meskipun pembuat konten berbicara dalam bahasa Indonesia, penggunaan bahasa Inggris membuat kalimat terasa lebih “modern” atau lebih universal, mengingat bahwa banyak orang Indonesia yang sudah familiar dengan bahasa Inggris. Indoglish juga dapat membangun kedekatan emosional dan mempermudah komunikasi dengan kerabat atau audiens di Indonesia. Sehingga, pembuat konten FB “Pita’slife” dapat berbagi pengalaman dan ceritanya dengan cara yang lebih mudah dipahami. Misalnya dalam data 4, pembuat konten FB “Pita’slife” memberitahu cara mudah belajar bahasa Inggris dengan menggunakan Indoglish. Sama halnya dengan data lainnya, karena penggunaan Indoglish lebih mudah dimengerti oleh pelajar bahasa Inggris pemula atau anak muda Indonesia yang mengikuti tren bahasa global.

Simpulan

Indoglish merupakan kreatifitas bahasa yang tidak baku dalam suatu interaksi dan komunikasi, dengan memasukkan kata, frasa, klausa/kalimat bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. Berdasarkan penelitian ini, ditemukan 45 bentuk Indoglish, dengan tingkat kata sebanyak 15, frasa 17, serta klausa sebanyak 13 dalam konten FB “Pita’slife,” yang dibatasi dengan empat konten video.

Data-data tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan penggunaan Indoglish pada level frasa lebih tinggi dibandingkan dengan kecenderungan penggunaan kata dan klausa, atau kalimat. Sementara itu, hasil analisis berdasarkan data primer penelitian menunjukkan bahwa fenomena ini terjadi karena beberapa alasan yaitu menjaga koneksi dengan audiens lokal, mempertahankan identitas budaya, menarik perhatian audiens Indonesia dan memperluas jangkauan, serta mempermudah komunikasi.

Temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada bidang linguistik, khususnya dalam bidang sociolinguistik yaitu fenomena Indoglish. Dengan mendokumentasikan bentuk-bentuk lingual Indoglish, proses terbentuknya Indoglish, dan mendeskripsikan alasan penggunaan Indoglish dalam konten FB “Pita’slife,” penelitian ini akan memperluas pengetahuan pengguna bahasa dalam masyarakat. Melalui kajian sociolinguistik ini dapat membantu peneliti selanjutnya mengkaji Indoglish dari objek yang berbeda, serta membantu masyarakat atau komunitas pengguna Indoglish.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penelitian ini. Khususnya, kepada Ibu Dr. Dra. Djeinnie Imbang, M.Hum dan Prof. Golda Juliet Tulung, SS., Ph.D selaku pembimbing, atas bimbingan, arahan, serta kritik konstruktif yang sangat berarti. Terima kasih pula kepada keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan moral dan motivasi sepanjang proses penelitian. Tanpa bantuan dan dukungan dari semua pihak, penelitian ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik.

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu linguistik, khususnya sosiolinguistik di masa yang akan datang.

Daftar Pustaka

- Dahniar, A. & Sulistyawati, R. (2023). Analisis Campur Kode Pada Tiktok Podcast Kesel Aje Dan Dampaknya Terhadap Eksistensi Berbahasa Anak Milenial: Kajian Sociolinguistik. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 3(2), 55–65. <https://doi.org/10.37304/enggang.v3i2.8988>
- Hambali, A. (2023). Analisis Bahasa Indoglish Dalam Instagram Pada Generasi Z Di Kabupaten Sragen. *Seminar Internasional Riksa Bahasa*, 15-25.
- Handayani, F. & Amelia, M. (2022). Indoglish As A Sociolinguistic Phenomenon: A Case Study At English Departments Ummu Solok. *Journal of English Language Learning (JELL)*, 6 (1), 53-61. <https://doi.org/10.31949/jell.v6i1.2448>
- Khotimah, K., Pribadi, F., Mintowati, & Ahmadi, A. (2020). Indoglish in Social Media Platforms and Its Significance as a National Language Planning Material Study of Language Attitudes of Young Generation in the Digital Age. *Proceedings of the International Joint Conference on Arts and Humanities (IJCAH)*, 491, 998-1007. Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201201.168>
- Mahsun. (2017). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Rajawali Pers.
- Oktavia, W. (2019). Eskalasi bahasa indoglish dalam ruang publik media sosial. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 2(2), 83-92. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v2i2.20>
- Sedeng, N. & Indrawati, N. L. K. M. (2019). The Use of Indoglish in Faculty of Arts, Udayana University-Bali. *Journal of A Sustainable GlobalSouth*, 3 (1), 23-27.
- Sudewi, N. K. P. N, Muhlisin, & Ardiyati, SM. (2023). *Indoglish as A Sociolinguistic Phenomenon: The Power of Language In the 4.0 Era*. *JISHUM (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora)*, 1 (3), 407-416. <https://doi.org/10.57248/jishum.v1i3.93>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wijana, I. D. P. 2021. *Pengantar Sociolinguistik*. Gadjah Mada University press.
- Wijaya, A. D., & Bram, B. (2021). A Sociolinguistic Analysis Of Indoglish Phenomenon In South Jakarta. *PROJECT (Professional Journal of English Education)*. 4 (4), 672-684.