

Campur Kode dan Identitas Digital: Praktik *Stylization* pada Akun TikTok @andreashabibiofficial

Fajrur Rohmaniyyah Alfaini¹, Mohammad Pribadi²

¹⁻² Program Studi Magister Bahasa dan Sastra Arab, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Corresponding Author ✉ 24201011008@student.uin-suka.ac.id

Abstract

This study analyzes the use of code-mixing and *stylization* as strategies for forming digital identity on the TikTok account @andreashabibiofficial. The main focus is on the consistent use of Arabic phrases such as *habiby* and *yalla* in short videos. Using a descriptive-qualitative approach, data was collected from seven selected videos during the period May 28–June 11, 2025. The data was analyzed using a discourse analysis framework to identify linguistic patterns, visual contexts, and communication strategies that build the creator's digital persona. The analysis was carried out through transcription, coding of linguistic and visual elements, and interpretation of symbolic meanings in the context of Arab popular culture. The results of the study show that code-mixing functions as a personal branding tool that reinforces the creator's characteristics and attracts the attention of the audience, especially those who idealize Arab culture and the luxurious lifestyle of Dubai. These findings confirm that linguistic practices on social media carry symbolic functions and play an important role in the construction of digital personas.

Keywords: code-mixing, digital identity, persona

Abstrak

Penelitian ini menganalisis penggunaan campur kode dan *stylization* sebagai strategi pembentukan identitas digital pada akun TikTok @andreashabibiofficial. Fokus utama terletak pada penggunaan konsistensi penggunaan kata berbahasa Arab seperti *habiby* dan *yalla* dalam video berdurasi pendek. Dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, dengan data yang diambil dari tujuh video terpilih selama periode 28 Mei–11 Juni 2025. Data dianalisis melalui kerangka analisis wacana untuk mengidentifikasi pola kebahasaan, konteks visual, serta strategi komunikasi yang membangun persona digital kreator. Analisis dilakukan melalui tahap transkripsi, pengkodean unsur linguistik dan visual, serta interpretasi makna simbolik dalam konteks budaya populer Arab. Hasil penelitian menunjukkan bahwa campur kode berfungsi sebagai alat branding personal yang memperkuat ciri khas kreator dan menarik perhatian audiens, khususnya mereka yang mengidealkan budaya Arab serta gaya hidup mewah ala Dubai. Temuan ini menegaskan bahwa praktik kebahasaan di media sosial mengemban fungsi simbolik dan memainkan peran penting dalam konstruksi persona digital.

Kata Kunci: campur kode, identitas digital, persona



Under the License CC BY-SA 4.0

Copyright© 2025, 'AJamiy: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab

A. Pendahuluan

Di era digital, identitas tidak lagi dipahami sebagai sesuatu yang tetap dan statis, melainkan sebagai konstruksi yang bersifat performatif, situasional, dan terus

dinegosiasikan.¹ Perubahan ini berkaitan erat dengan cara individu memanfaatkan ruang digital untuk membentuk dan menampilkan dirinya. Kehadiran platform digital menciptakan ruang bagi tiap individu untuk menampilkan versi diri yang dikurasi, disesuaikan dengan pasar, dan dibentuk oleh gaya komunikasi yang dibangun.² Dalam proses ini, bahasa memegang peran sentral: bukan hanya sebagai alat ekspresi, tetapi juga sebagai medium utama pembentukan citra diri, dan representasi simbolik tiap penggunaanya.³

Dalam konteks penggunaan bahasa yang semakin fleksibel dan adaptif tersebut, praktik campur kode merupakan fenomena yang lazim digunakan dalam komunikasi sehari-hari, terutama di lingkungan multibahasa. Campur kode dipahami sebagai gejala linguistik yang terjadi secara alami dalam interaksi antarpenutur bilingual atau multilingual.⁴ Campur kode sebagai praktik berbahasa tidak hanya mencerminkan kompetensi linguistik, tetapi juga menjadi representasi simbolik atas dinamika sosial, ideologis, dan kultural yang kompleks.⁵ Di banyak negara Arab, misalnya, penggunaan kosakata bahasa Inggris dalam komunikasi sehari-hari semakin meluas. Begitu pula sebaliknya, di kalangan penutur bahasa Inggris yang terpapar budaya populer Timur Tengah, mulai muncul tren penggunaan kosakata Arab tertentu—seperti *habibi*, *tamam*, atau *in sha Allah*—sebagai bagian dari ekspresi linguistik dan simbolik yang lebih luas. Fenomena ini menunjukkan terjadinya pertukaran leksikon bahasa dan ekspresi budaya lintas penutur yang semakin cair di era digital.

Perubahan pola penggunaan bahasa tersebut menunjukkan bahwa campur kode, dalam perkembangannya, tidak hanya berfungsi sebagai praktik linguistik spontan, tetapi juga berpotensi menjadi sumber daya simbolik yang dimanfaatkan secara strategis untuk membentuk persona digital. Pada tingkat individu, pemilihan unsur bahasa tertentu dapat berfungsi sebagai penanda gaya komunikasi, identitas, dan pembeda diri. Dengan demikian, praktik campur kode dapat dipahami sebagai tindakan sosial yang berorientasi pada negosiasi identitas, di mana pemilihan unsur bahasa tidak hanya mencerminkan preferensi komunikatif, tetapi juga mengindikasikan motivasi sosial tertentu yang diarahkan untuk membangun posisi diri, afiliasi, dan citra yang ingin ditampilkan di hadapan audiens.⁶

Penggunaan campur kode sebagai strategi pembentukan identitas digital dapat diamati secara jelas pada praktik representasi diri kreator TikTok asal Dubai, @andreashabibiofficial, yang menampilkan pola bahasa dan visual yang konsisten dalam setiap unggahannya. Narasi konten Andreas didominasi oleh bahasa Inggris, namun memiliki ciri khas pada bagian

¹ Yorman, Evi Safitri Yulandari, and Baiq Yulia Kurnia Wahidah, 'The Transformation of Social Identity of the Young Generation in the Digital Era: Sociological and Cultural Anthropology Perspectives', *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 3.3 (2025), pp. 179–85, doi:10.55681/ijssh.v3i3.1512.

² Zizi Papacharissi, *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, (Routledge, 2010), doi:10.4324/9780203876527.

³ Nikolas Coupland, *Style: Language Variation and Identity* (Cambridge University Press, 2007).

⁴ Sumarsono, *Sosiolinguistik* (Sabda bekerjasama dengan Pustaka Pelajar, 2002).

⁵ Alessandro Duranti, *Linguistic Anthropology* (Cambridge University Press, 1997).

⁶ Carol Myers-Scotton, *Social Motivations For Codeswitching: Evidence from Africa* (Oxford University Press, 1993), doi:10.1093/oso/9780198239055.001.0001.

penutup yang selalu menyisipkan repetisi kata Arab, yakni *habiby* dan *yalla*. Secara diskursif, penggunaan kata tersebut tidak sekadar berfungsi struktural, melainkan menjadi sumber daya simbolik yang mengonstruksi distingsi gaya komunikasi serta memperkuat proyeksi identitas sosial kreator di ranah daring. Konsistensi pilihan linguistik tersebut berjalan seiring dengan estetika visual yang relatif homogen—terlihat pada pemilihan pose, sudut kamera, ekspresi, dan gaya performatif—sehingga menciptakan bentuk *stylization* yang terstruktur dan mudah diidentifikasi oleh audiens. Keberulangan kedua unsur ini menjadikan Andreas relevan sebagai objek penelitian, karena ia menyediakan data empiris yang memungkinkan analisis mengenai bagaimana campur kode diolah menjadi sumber daya simbolik dalam proses pembentukan identitas digital, serta bagaimana unsur bahasa dan nonbahasa dipadukan untuk menghasilkan performativitas identitas yang stabil dan sengaja dirancang.

Sejumlah kajian terdahulu menunjukkan bahwa praktik campur kode di media sosial tidak dapat dilepaskan dari dinamika linguistik maupun kondisi sosial yang melatarinya. Penelitian Fazriani, Anggraeni, dan Munazar menunjukkan bahwa influencer Indonesia memanfaatkan campur kode, terutama penggunaan bahasa Inggris, sebagai strategi pencitraan diri dan manajemen kesan di Instagram.⁷ Aburqayiq, Altakhaineh, dan Alsariera, melalui analisis campuran terhadap 15 video di berbagai platform, menemukan bahwa campur kode Arab–Inggris dipengaruhi oleh faktor sosial seperti status, prestise, globalisasi, teknologi, dan pendidikan.⁸ Sementara itu, penelitian Nada dan Fathimah mengenai peralihan bahasa dalam komunikasi daring bilingual Arab–Inggris menegaskan bahwa kode-switching tidak hanya merupakan proses linguistik, tetapi juga berfungsi sebagai penanda solidaritas, identitas budaya, dan pengelolaan jarak sosial dalam interaksi digital.⁹

Studi-studi sebelumnya memberikan kontribusi dalam berbagai bidang dalam memahami campur kode sebagai fenomena linguistik dan sosial. Namun, penelitian mengenai bagaimana campur kode digunakan secara sadar, konsisten, dan strategis dalam pembentukan persona digital masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian berfokus pada fungsi ekspresif atau sosial dari campur kode, sementara dimensi performatifnya sebagai alat branding personal belum banyak ditelaah. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menelaah bagaimana campur kode digunakan, dan menggarisbawahi peran strategis bahasa dalam membentuk persona. Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri bentuk-bentuk campur kode yang digunakan dalam konten TikTok @andreashabibioofficial serta menganalisis bagaimana praktik kebahasaan tersebut berfungsi sebagai strategi pembentukan *branding* identitas personal kreator tersebut di media sosial. Dengan menempatkan bahasa sebagai

⁷ Riza Fazriani, 'Code Mixing Analysis Of Indonesian Influencers On Instagram', *Scripta: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2 (2020), pp. 200–06, doi:10.33019/scripta.v2i2.69.

⁸ Altakhaineh Aburqayiq, 'Code-Mixing between Arabic and English among Jordanians on Social Media', n.d., <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2025.2491705>.

⁹ Nada Alsamhan and Fatimah Almutrafi, 'Codeswitching in Online Written Communication among Arabic English Bilinguals: A Sociolinguistic Perspective', *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 11 (2022), pp. 79–90, doi:10.7575/aiac.ijalel.v.11n.2p.79.

perangkat representasi diri di ruang digital, studi ini berupaya memperluas pemahaman tentang konstruksi identitas dalam masyarakat multibahasa dan menunjukkan bahwa pilihan bahasa tidak hanya merefleksikan realitas sosial, tetapi juga turut mengonstruksinya secara performatif.

B. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif karena data yang dianalisis berupa tuturan verbal, kata campur kode, serta elemen visual yang muncul dalam video. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami fenomena kebahasaan dalam konteks alamiahnya tanpa melalui prosedur statistik.¹⁰ Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kualitatif karena penelitian tidak hanya bertujuan mendeskripsikan struktur bahasa, tetapi juga menelaah praktik bahasa sebagai sarana konstruksi identitas sosial di ruang digital.¹¹ Data penelitian berupa transkripsi tuturan verbal, kata campur kode, serta elemen visual yang terdapat dalam konten video. Sumber data utama diperoleh dari akun TikTok @andreashabibiofficial, dengan batasan periode 28 Mei hingga 11 Juni 2025.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode simak dengan teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC). Dalam teknik ini, peneliti bertindak sebagai pengamat penuh tanpa terlibat dalam interaksi komunikasi yang terjadi dalam objek penelitian.¹² Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri (*human instrument*) yang dibantu dengan kartu data dan lembar transkripsi. Prosedur pengumpulan data meliputi: (1) observasi dan penelusuran konten video secara komprehensif; (2) pengunduhan dan pengarsipan data secara sistematis; (3) transkripsi data verbal; serta (4) identifikasi elemen non-verbal yang mendukung fungsi komunikatif dan pembentukan persona digital.

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan atau verifikasi.¹³ Reduksi data dilakukan untuk memfokuskan analisis pada bagian-bagian video yang secara langsung berhubungan dengan praktik campur kode dan strategi komunikasi kreator. Selanjutnya, kategorisasi dilakukan dengan mengelompokkan bentuk campur kode, konteks kemunculan, tema naratif, serta simbol visual yang menyertainya. Tahap interpretasi menghasilkan pemaknaan mendalam mengenai bagaimana pola campur kode yang muncul secara berulang, termasuk frekuensi penggunaannya, berperan dalam membentuk gaya komunikasi yang khas, memperkuat identitas linguistik kreator, dan menciptakan kedekatan emosional dengan audiens.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Superdiversity: Kompleksitas Identitas dan Praktik Bahasa di Era Digital

¹⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, 2017.

¹¹ James Paul Gee, *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method* (Psychology Press, 2005).

¹² Author Sudaryanto, *Metode Dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*, Sanata Dharma University Press, 2015.

¹³ Matthew Miles, A. Michael Huberman, and Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis* (SAGE, 2014).

Konsep *superdiversity* yang diperkenalkan Steven Vertovec¹⁴ menawarkan kerangka vital untuk memahami konfigurasi sosial baru yang ditandai oleh keragaman berlapis—melibatkan variabel sosial, budaya, dan linguistik yang dibawa individu ke dalam interaksi mereka.¹⁵ Di era digital, kompleksitas ini menguat menjadi apa yang disebut Jan Blommaert sebagai *sociolinguistic scales*, di mana praktik berbahasa tidak lagi terikat pada lokalitas fisik, melainkan bergerak melintasi berbagai tingkatan nilai mulai dari level lokal hingga transnasional.¹⁶ Kondisi ini menciptakan ruang sosial yang cair, di mana identitas tidaklah statis, melainkan selalu dinegosiasikan ulang di tengah pertemuan variabel budaya yang simultan dan tak terprediksi.¹⁷

Dalam ekosistem digital yang *superdiverse* tersebut, bahasa mengalami proses de-territorialisasi; ia tidak lagi terikat pada rujukan geografis atau etnis tertentu, tetapi dirakit ulang menjadi sumber daya semiotik yang fleksibel.¹⁸ Konsekuensinya, paradigma pemisahan bahasa secara kaku menjadi tidak memadai. Perspektif *translingualism* hadir sebagai pendekatan yang lebih relevan karena memandang praktik berbahasa sebagai mobilisasi repertoar linguistik yang terpadu, cair, dan strategis demi efektivitas makna.¹⁹ Dengan demikian, *translingualism* bukan sekadar isu terpisah, melainkan konsekuensi teoretis dari dinamika mobilitas digital, ketika penutur menavigasi norma lintas budaya dengan memanfaatkan seluruh sumber daya linguistik yang mereka miliki.²⁰ Dalam kondisi ini, praktik translingual menjadi mekanisme strategis untuk tetap relevan dan dapat dipahami oleh audiens yang sangat beragam. Hal ini menegaskan bahwa dalam ekosistem digital yang *superdiverse*, batas-batas bahasa kian kabur dan digantikan oleh logika hibriditas yang menempatkan fungsi komunikatif di atas kebakuan struktur.

2. *Stylization*: Performatifitas Gaya Bahasa dalam Pembentukan Identitas Personal

Dalam sosiolinguistik kontemporer, *superdiversity* mengalami perluasan makna melalui konsep *stylization* yang dikembangkan oleh Jan Blommaert. *Stylization* menggambarkan praktik linguistik-performatif di mana individu secara sadar memilih, mengimitasi, atau memodifikasi gaya bahasa tertentu sebagai bentuk representasi identitas dan strategi adaptif dalam interaksi sosial yang multikultural. Proses ini tidak terlepas dari kondisi dunia digital, di mana individu berhadapan dengan beragam komunitas, norma, dan ekspektasi yang saling tumpang tindih.²¹ Blommaert menekankan bahwa pilihan bahasa memiliki dimensi ideologis

¹⁴ Steven Vertovec, *Superdiversity: Migration and Social Complexity* (London: Routledge, 2022), 4.

¹⁵ Steven Vertovec, *Towards Post-multiculturalism? Changing Communities, Conditions and Contexts of Diversity* International Social Science Journal, 61.199 (2010), 83–95 <https://doi.org/10.1111/j.1468-2451.2010.01749.x>

¹⁶ Jan Blommaert, *The Sociolinguistics of Globalization* (Cambridge University Press, 2010), 32.

¹⁷ Vertovec, *Superdiversity*, 12.

¹⁸ Crispin Thurlow dan Kristine Mroczek, *Digital Discourse: Language in the New Media* (New York: Oxford University Press, 2011), 3.

¹⁹ Suresh Canagarajah, *Translingual Practice: Global Englishes and Cosmopolitan Relations* (London: Routledge, 2013), 15.

²⁰ Sarah Pink dkk., *Digital Ethnography: Principles and Practice* (London: SAGE, 2016), 22.

²¹ Blommaert, *The Sociolinguistics of Globalization*, 102.

dan performatif. Setiap gaya yang dipilih penutur mengandung indeks tertentu dan menjadi penanda posisi identitas dalam jaringan relasi kuasa. Dalam konteks *superdiverse, stylization* menjadi alat penting bagi individu untuk menegosiasikan persona dan kredibilitas mereka.

Pemikiran ini kemudian dikembangkan oleh ilmuwan setelahnya. Pierre Bourdieu memperdalam pemahaman ini: bahasa berfungsi sebagai instrumen kekuasaan dan modal budaya. Gaya tutur yang bernuansa elitis, akademis, atau kosmopolitan dapat dikonversi menjadi otoritas simbolik di hadapan audiens.²² Sejalan dengan itu, Nikolas Coupland memandang *stylization* sebagai performa persona yang dikurasi, di mana penutur memproyeksikan citra diri tertentu melalui pilihan gaya linguistik.²³ Dimensi filosofisnya tampak dalam teori *performativity* dari Judith Butler. Identitas subjek tidak mendahului praktik bahasa, tetapi justru diwujudkan melalui pengulangan gaya tutur yang konsisten.²⁴ Setiap pilihan istilah teknis, humor akademis, atau campuran bahasa tertentu berfungsi sebagai *indexicality* yang menandakan modal sosial seperti pendidikan atau wawasan global.²⁵ Dengan demikian, *stylization* menjadi mekanisme yang menghubungkan interaksi mikro (konten video) dengan struktur makro (hierarki sosial), memungkinkan subjek memosisikan diri dalam lanskap sosial melalui pemilihan bahasa.

3. Identitas Personal dan Representasi Diri di Media Sosial

Praktik berbahasa di media sosial tidak lagi sekadar alat komunikasi, melainkan instrumen performatif untuk menegosiasikan identitas di tengah dinamika *networked self*.²⁶ Dalam kerangka Michel Foucault mengenai *Technologies of the Self*, platform seperti TikTok memfasilitasi individu untuk melakukan kurasi diri yang terus-menerus agar tampak ideal dan bernilai di mata publik.²⁷

Pada akun @andreashabibiofficial, proses "teknologi diri" ini terlihat jelas melalui strategi linguistik yang repetitif. Penggunaan konsisten kata Arab berupa *Habiby* dan *Yalla* bukan sekadar variasi bahasa, melainkan taktik diskursif untuk membedakan dirinya dalam pasar algoritma yang kompetitif, sekaligus menciptakan kedekatan emosional dengan audiens melalui sentimen budaya tertentu.

Lebih jauh, fenomena ini menegaskan pandangan Jean Baudrillard mengenai *Simulacra*, di mana identitas digital kerap tampil sebagai representasi hiper-real—sebuah citra yang lebih terkurasi, meyakinkan, dan menggoda daripada realitas aslinya.²⁸ Dalam konteks ini, campur kode yang dilakukan Andreas berfungsi sebagai properti simbolik untuk menopang ilusi

²² Pierre Bourdieu, *Language and Symbolic Power* (Harvard University Press, 1991), 66.

²³ Coupland, *Style*, 146.

²⁴ Judith Butler, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity* (Routledge, 2011), 140, doi:10.4324/9780203824979.

²⁵ Alastair Pennycook, *Global Englishes and Transcultural Flows* (Routledge, 2006), doi:10.4324/9780203088807.

²⁶ Zizi Papacharissi, *A Networked Self*, 304.

²⁷ Michel Foucault, *Technologies of the Self: A Seminar with Michel Foucault* (University of Massachusetts Press, 1988), 18.

²⁸ Jean Baudrillard, *Simulacra and Simulation* (University of Michigan Press, 1994), 2.

kemapanan, idealisme, dan maskulinitas "Sultan Dubai" yang ia bangun. Sejalan dengan konsep *Idealization* dari Erving Goffman, pilihan gaya bahasa ini menjadi komoditas yang sengaja diproduksi untuk memanipulasi kesan, mengaburkan batas antara siapa Andreas yang autentik dan persona digital yang ia tampilkan.²⁹

Analisis terhadap praktik campur kode ini menjadi krusial mengingat pergeseran fungsi bahasa dalam ekosistem digital. Kasus Andreas membuktikan bahwa bahasa telah bertransformasi dari sekadar alat interaksi sosial menjadi perangkat *branding* strategis. Penelitian ini hadir untuk membongkar bagaimana elemen linguistik sederhana dimobilisasi secara sadar untuk mengonstruksi otoritas simbolik dan mempertahankan eksistensi persona di ruang digital yang penuh simulasi.

4. Hasil dan Pembahasan Penelitian

Berdasarkan kerangka teoretis di atas, analisis data difokuskan pada bagaimana elemen-elemen superdiversitas dan *stylization* tersebut dioperasikan secara konkret dalam teks media. Sebagai landasan empiris, penelitian ini mengkurasi 7 data transkrip video dari akun TikTok @andreashabibiofficial (periode 28 Mei–11 Juni 2025) yang merepresentasikan variasi strategi kebahasaan tersebut. Tabel berikut merangkum data terpilih beserta bentuk campur kode yang diidentifikasi sebagai strategi identitas linguistik:

Tabel 1. Data transkrip video

No	Teks transkrip	Campur kode	Tanggal diunggah
1	Ladies, some guys are even too broke to come and pick you up. And some other guys send you a private driver. Life is about making choices. So choose your Habibi. <i>Yalla!</i>	<i>Habibi, Yalla!</i>	11-06-25
2	Ladies, repeat after me. No, I don't want no broke, Stingy man won't ever get close to me. Hanging at the passenger side, He want to split the ride, He never seen the videos of <i>Habibi. Yalla!</i>	<i>Yalla!</i>	10-06-25
3	<i>Habibi</i> , stop checking your girl's phone and if she's cheating on you. Start checking if she's hungry and get her some food. Start checking her mood and try to lift it up if necessary. Happy girls, don't cheat. <i>Yalla!</i>	<i>Habibi, Yalla!</i>	10-06-25
4	Ladies, if you're done with your ex, don't just move on to the next. Tell him your favorite color is Hermes orange, your favorite animal is a Ferrari horse, and your favorite flower is a Van Cleef flower. You're done with broke men and extra worries. <i>Yalla!</i>	<i>Yalla!</i>	09-06-25
5	Ladies, a relationship should be 50-50. He brings you to Santorini and you choose your favorite sunset restaurant. <i>Yalla!</i>	<i>Habibi, Yalla!</i>	08-06-25
6	<i>Habibi</i> , you want a princess, but you're too broke to give her the princess treatment. You want a virgin, but your body count is higher than the Burj Khalifa. You want a beauty, but you don't want to pay her beauty routine, and you look like Shrek. You want her to be a housewife, but where's your house? Ladies, block it. <i>Yalla!</i>	<i>Habibi, Yalla!</i>	31-05-25
7	Girls be like, ah, what's wrong with me? I just can't find a good man. Ladies, you work all day. You get home and	<i>Yalla!</i>	28-05-25

²⁹ Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life* (New York: Doubleday, 1959), 35.

directly hide in bed. Your Instagram is on private mode and you don't answer on any text message. Where do you want to find a good man? In your kitchen? No. But you know where you can find a good looking and spoiling single man? At a Thursday dating event. The only place where you can find single men offline. Check it out. *Yalla!*

Dari total 7 video yang dianalisis selama periode 28 Mei-11 Juni 2025, ditemukan bahwa seluruhnya memuat unsur campur kode, terutama penggunaan kata berbahasa Arab berupa *Habiby*, dan *Yalla!*. Kedua kata ini digunakan secara konsisten, dengan *Habiby*, dan *Yalla!* hampir selalu muncul di bagian penutup video. Kecenderungan ini menandakan bahwa penggunaan kata tersebut bukanlah ekspresi spontan, melainkan bagian dari pola yang disengaja dan berulang—yakni sebuah bentuk *stylization* atau gaya bahasa yang sengaja dipilih untuk membentuk persona tertentu di mata audiens.

Gaya bahasa Andreas ditandai oleh nada yang santai, ritme berbicara yang cepat namun terstruktur, isi topik yang menasihati bagaimana sikap pasangan yang ideal, dan pengulangan diksi yang khas. Tema video umumnya berkisar pada relasi dan dinamika hubungan, baik dari sisi laki-laki maupun perempuan. Dalam hal ini, Andreas tidak hanya menyasar satu kelompok audiens tertentu, melainkan merespons keresahan umum terkait hubungan yang sedang menjadi topik populer di media sosial. Ia kerap menyampaikan opini atau nasihat yang dibingkai dengan cara persuasif, dan penutupan dengan pilihan kata *Habiby*, dan *Yalla!* menjadi semacam diksi khas yang memperkuat kedekatan simbolik dengan penonton.

Penggunaan campur kode di sini memiliki fungsi ganda: secara linguistik berperan sebagai pemanis atau penanda afektif dalam wacana yang disampaikan, dan secara pragmatis menjadi alat untuk membangun koneksi emosional serta diferensiasi identitas. Dengan menjadikan kata Arab sebagai bagian tetap dari gaya komunikasinya, Andreas secara tidak langsung menciptakan semacam *branding personal*—yakni gaya bahasa yang mudah dikenali, mudah diingat, dan membedakan dirinya dari kreator lain dalam genre yang sama.

Meskipun kata yang digunakan tergolong terbatas dan repetitif, keberadaannya yang konsisten dalam tiap video menunjukkan adanya intensionalitas. Campur kode dalam konteks ini bukan sekadar hasil dari kompetensi multibahasa atau kecelakaan linguistik, melainkan representasi gaya komunikasi yang terstruktur. Dalam kerangka ini, campur kode bertransformasi menjadi alat representasi identitas yang dinamis, sekaligus menjadi ciri khas performatif dalam konstruksi persona digital Andreas di platform TikTok.

Strategi Bahasa dan Visual dalam Membangun Daya Tarik Audiens

Dalam konten-konten yang diunggah oleh akun TikTok @andreashabibiofficial, strategi penggunaan bahasa menjadi elemen fundamental dalam membangun relasi simbolik dengan audiens globalnya. Andreas mengorkestrasi bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar untuk menjangkau pasar internasional, namun secara konsisten menyisipkan diksi Arab spesifik seperti *habiby* dan *yalla* di setiap awal dan penutup videonya. Kata-kata ini tidak sekadar

berfungsi sebagai penanda gaya, tetapi beroperasi sebagai jembatan budaya yang menghubungkan persona Andreas—sebagai representasi laki-laki Dubai modern—dengan audiens yang memiliki afinitas terhadap budaya Arab atau Islam.

Strategi hibriditas bahasa ini terbukti efektif menjangkau audiens lintas negara, khususnya di wilayah dengan populasi Muslim besar seperti Indonesia. Bagi demografi audiens Indonesia, meskipun konten disampaikan dalam bahasa Inggris, keakraban fonetis terhadap kata-kata Arab tersebut menumbuhkan kedekatan simbolik yang kuat. Diksi seperti *habiby*—yang bermakna “kekasihku” dan lazim digunakan sebagai sapaan akrab—saat dipadukan dengan narasi nasihat relasional, memberikan kesan bahwa pesan tersebut memiliki bobot emosional dan nilai kultural yang selaras dengan sentimen keislaman, meskipun kreatornya sendiri berbasis di Dubai.

Lebih jauh, daya tarik konten Andreas dikonstruksi melalui perpaduan narasi verbal dan visual yang secara konsisten merujuk pada gaya hidup Timur Tengah modern. Andreas berupaya menstandarkan konsep kebahagiaan dan relasi ideal melalui simbol-simbol kemewahan, seperti referensi pada *Hermes orange*, *Ferrari horse*, atau metafora ketinggian *Burj Khalifa*. Dalam konteks ini, Dubai hadir bukan sekadar sebagai latar geografis, melainkan sebagai "utopia" kehidupan yang makmur, glamor, dan eksklusif.

Narasi ini memperkuat citra bahwa pasangan ideal adalah mereka yang mampu memberikan *treatment* mewah (seperti "trip ke Santorini") dan memenuhi kebutuhan emosional tanpa kompromi. Hal ini menunjukkan bahwa konten Andreas menyasar sisi aspiratif audiens, mengajak mereka membayangkan standar hidup mapan ala global yang dibungkus dalam estetika maskulinitas Arab.

Kombinasi sinergis antara simbol linguistik (sapaan Arab yang hangat) dan simbol visual-imajinatif (kemewahan Dubai) inilah yang membentuk persona Andreas menjadi unik. Ia berhasil memposisikan dirinya sebagai sosok yang *relatable* secara budaya bagi audiens Muslim (termasuk di Indonesia), sekaligus aspiratif secara moral maupun sosial-ekonomi. Dengan strategi repetisi yang konsisten, Andreas menegaskan identitas digitalnya sebagai "Habiby Global"—sebuah persona yang menawarkan fantasi romansa dan kemapanan dalam satu paket yang identik, sekaligus performatif.

D. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa praktik campur kode terutama penggunaan diksi Arab seperti *habibi* dan *yalla*, berfungsi strategis sebagai sarana komunikasi yang sadar dan terarah untuk membangun persona digital. Pemanfaatan unsur linguistik tersebut menghadirkan kedekatan simbolik dengan audiens yang berafiliasi pada budaya Arab dan memperkuat citra diri yang khas, aspiratif, serta mudah dikenali.

Temuan ini menegaskan bahwa dalam ekosistem media sosial, campur kode tidak sekadar fenomena linguistik, melainkan bentuk *stylization* yang berperan penting dalam proses personal *branding* dan konstruksi identitas digital. Penelitian ini berkontribusi pada

kajian sosiolinguistik digital dengan menunjukkan bagaimana strategi bahasa berfungsi sebagai alat representasi diri dalam konteks *superdiversity* dan budaya global yang mediatif.

Selain menawarkan kontribusi teoretis, penelitian ini juga membuka ruang eksplorasi lanjutan mengenai interaksi antara kreator dan audiens di platform yang sangat multimodal seperti TikTok. Penelitian berikutnya dapat memperluas analisis pada respons atau negosiasi publik terhadap gaya linguistik yang ditampilkan, serta mempertimbangkan aspek visual dan performatif nonverbal dalam praktik *stylization*. Secara praktis, hasil ini menegaskan pentingnya kesadaran berbahasa dalam membangun persona digital yang kohesif dan mudah dikenali di tengah lanskap komunikasi global yang semakin kompetitif.

Referensi

- Aburqayiq, Altakhaineh, *Code-Mixing between Arabic and English among Jordanians on Social Media*, n.d.
— <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2025.2491705>
- Alsamhan, Nada, and Fatimah Almutrafi, 'Codeswitching in Online Written Communication among Arabic English Bilinguals: A Sociolinguistic Perspective', *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 11 (2022), 79–90, doi:10.7575/aiac.ijalel.v.11n.2p.79
- Baudrillard, Jean, *Simulacra and Simulation* (University of Michigan Press, 1994)
- Blommaert, Jan, *The Sociolinguistics of Globalization* (Cambridge University Press, 2010)
- Bourdieu, Pierre, *Language and Symbolic Power* (Harvard University Press, 1991)
- Butler, Judith, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity* (Routledge, 2011), doi:10.4324/9780203824979
- Canagarajah, Suresh, *Translingual Practice: Global Englishes and Cosmopolitan Relations* (Routledge, 2012), doi:10.4324/9780203073889
- Coupland, Nikolas, *Style: Language Variation and Identity* (Cambridge University Press, 2007)
- Duranti, Alessandro, *Linguistic Anthropology* (Cambridge University Press, 1997)
- Fazriani, Riza, *Code Mixing Analysis Of Indonesian Influencers On Instagram*, Scripta: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 2 (2020), 200–06, doi:10.33019/scripta.v2i2.69
- Foucault, Michel, *Technologies of the Self: A Seminar with Michel Foucault* (University of Massachusetts Press, 1988)
- Gee, James Paul, *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method* (Psychology Press, 2005)
- Goffman, Erving, *The Presentation of Self in Everyday Life* (New York: Doubleday, 1959)
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis* (SAGE, 2014)
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Myers-Scotton, Carol, *Social Motivations For Codeswitching: Evidence from Africa* (Oxford University Press, 1993), doi:10.1093/oso/9780198239055.001.0001

- Papacharissi, Zizi (ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (Routledge, 2010), doi:10.4324/9780203876527
- Pennycook, Alastair, *Global Englishes and Transcultural Flows* (Routledge, 2006), doi:10.4324/9780203088807
- Sudaryanto, *Metode Dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*, Sanata Dharma University Press, 2015.
- Sumarsono, *Sosiolinguistik* (Sabda bekerjasama dengan Pustaka Pelajar, 2002)
- Vertovec, Steven, *Superdiversity: Migration and Social Complexity* (Routledge, 2022), doi:10.4324/9780203503577
- Vertovec, Steven, *Towards Post-multiculturalism? Changing Communities, Conditions and Contexts of Diversity* International Social Science Journal - Wiley Online Library', n.d. doi/abs/10.1111/j.1468-2451.2010.01749.x
- Yorman, Evi Safitri Yulandari, and Baiq Yulia Kurnia Wahidah, *The Transformation of Social Identity of the Young Generation in the Digital Era: Sociological and Cultural Anthropology Perspectives*, International Journal of Social Sciences and Humanities, 3.3 (2025), 179–85, doi:10.55681/ijssh.v3i3.1512

'AJamiy: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab publishes fully open-access journals, which means that all articles are available on the internet to all users immediately upon publication provided the author and the journal are properly credited.

'AJamiy: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab operates under articles of this journal licensed under a <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>. This allows for the reproduction of articles, free of submissions charge, with the appropriate citation information. All authors publishing with the 'AJamiy: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab accept these as the terms of publication.

