

ABSTRACT

Code-switching or language alternation is one of the linguistic strategies that is widely used in bilingual community, including Indonesia. This study attempts to find out the types and reasons of code-switching on YouTube as employed by a Canadian bilingual speaker, Sacha Stevenson. The data used for this study were transcripts of five videos about Indonesian culture taken from Sacha's YouTube channel. Based on the analysis, there are a total of 313 occurrences of code-switching from Indonesian to English.

For the first research objective, this study identified the types of code-switching by applying the theory proposed by Poplack (1980). The theory consists of three types of code-switching, which are tag-switching, intra-sentential code-switching, and inter-sentential code-switching. The findings showed that the most frequent type is inter-sentential code-switching (42%), followed by intra-sentential code-switching (34%), and the least is tag-switching (24%). This study also identified three sub-types of tag-switching and intra-sentential code-switching based on the grammatical form. Tag-switching is divided into sound level, word level, and phrase level. Meanwhile, the sub-types of intra-sentential code-switching are word level, phrase level, and clause level.

For the second research objective, this study explored the reasons for code-switching by applying the theory proposed by Grosjean (1984). From the data analysis, it can be concluded that all code-switching occurrences fit into the 11 categorizations of code-switching reasons. This shows a variety of different factors that influence the use of code-switching. Meanwhile, the reason which triggered the most code-switching is to fill a linguistic need for lexical item, set phrase, discourse marker, or sentence filler (31%).

Beyond the linguistic analysis, this study found a new reason for code-switching, which is to gain popularity. In some videos, Sacha added the translation of her utterances as subtitles. The subtitles were also adjusted to any language switch that she performed. In conclusion, the code-switching and subtitles are intended to gain more popularity and reach a bigger audience on YouTube.

Keywords: *bilingualism, code-switching, YouTube video, sociolinguistics*

INTISARI

Alih kode atau peralihan dari satu bahasa ke bahasa lain merupakan salah satu strategi linguistik yang sering digunakan dalam komunitas penutur dwibahasa. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis dan alasan penggunaan alih kode di YouTube yang digunakan oleh seorang penutur dwibahasa asal Kanada, Sacha Stevenson. Studi ini menggunakan data berupa transkrip lima video tentang budaya Indonesia yang diambil dari saluran YouTube milik Sacha. Berdasarkan analisis, ada total 313 kejadian alih kode dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia.

Untuk tujuan penelitian pertama, studi ini menentukan jenis alih kode dengan menerapkan teori yang diusulkan oleh Poplack (1980). Teori ini mencakup tiga jenis alih kode, yaitu alih kode pengukuh, alih kode intrakalimat, dan alih kode antarkalimat. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa jenis alih kode yang paling sering digunakan adalah alih kode antarkalimat (42%), diikuti dengan alih kode intrakalimat (34%), dan yang paling jarang digunakan adalah alih kode pengukuh (24%). Studi ini juga menemukan tiga sub-jenis dari alih kode pengukuh dan alih kode intrakalimat berdasarkan bentuk tata bahasanya. Alih kode pengukuh dibagi menjadi level suara, kata, dan frasa. Sementara itu, sub-jenis pada alih kode intrakalimat adalah level kata, frasa, dan klausa.

Untuk tujuan penelitian kedua, studi ini menelaah alasan penggunaan alih kode dengan teori usulan Grosjean (1984). Hasil analisis data menunjukkan bahwa seluruh kejadian alih kode sesuai dengan 11 kategori alasan alih kode. Hal ini membuktikan adanya keberagaman faktor yang mempengaruhi penggunaan alih kode. Sementara itu, fungsi alih kode yang paling sering digunakan adalah untuk memenuhi kebutuhan linguistik akan item leksikal, frasa tetap, penanda wacana, maupun pengisi kalimat (31%).

Di luar analisis linguistik, penelitian ini menemukan alasan baru untuk alih kode, yaitu untuk meningkatkan popularitas. Di beberapa video, Sacha menambahkan *subtitle* dari ucapannya. *Subtitle* tersebut juga disesuaikan dengan perubahan bahasa yang dia gunakan. Sebagai kesimpulan, alih kode dan *subtitle* digunakan oleh Sacha untuk meningkatkan popularitas dan menjangkau penonton yang lebih luas di YouTube.

Kata kunci: *bilingualisme, alih kode, video YouTube, sosiolinguistik*