

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan sarana komunikasi yang tersusun secara sistematis dalam bentuk satuan-satuan seperti kata, frasa, klausa, dan kalimat yang dapat disampaikan secara lisan maupun tertulis (Wiratno & Santosa, 2014). Menurut Sutedi (2019:2), bahasa memiliki fungsi untuk menyampaikan suatu makna kepada seseorang secara lisan maupun tulisan. Dalam era modern yang dipengaruhi oleh globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, dinamika penggunaan bahasa mengalami berbagai perubahan. Salah satu bentuk perubahan tersebut adalah campur kode (*code-mixing*), yang mencerminkan fleksibilitas dan kreativitas dalam berbahasa.

Nababan (1984:32) menjelaskan bahwa campur kode adalah penggabungan dua bahasa atau lebih dalam satu tuturan tanpa adanya tuntutan situasional yang mengharuskan peralihan bahasa. Definisi ini menegaskan bahwa campur kode bukanlah fenomena kebahasaan yang terjadi secara kebetulan, melainkan merupakan pilihan linguistik penutur. Oleh karena itu, campur kode tidak dapat dipahami semata-mata sebagai penyimpangan kaidah bahasa, tetapi perlu dilihat sebagai strategi komunikasi yang memiliki tujuan dan fungsi tertentu. Campur kode didefinisikan sebagai perilaku penutur bilingual yang menyisipkan unsur berupa kata atau frasa dari suatu bahasa ke dalam bahasa lain (Dewi dkk., 2021).

Fenomena campur kode semakin terlihat pada era globalisasi seiring dengan semakin terbukanya batas-batas penggunaan bahasa. Campur kode tidak hanya ditemukan dalam interaksi lisan sehari-hari, tetapi juga meluas ke berbagai ranah komunikasi, seperti media massa, iklan, film, media sosial, dan musik populer. Fikri dkk. (2024) berpendapat bahwa dalam musik populer, lirik lagu menjadi media ekspresif bagi pencipta lagu untuk menyampaikan pesan, emosi, dan identitas melalui unsur kebahasaan tertentu. Dengan demikian, lirik lagu menjadi wadah yang mendukung munculnya fenomena campur kode.

Penggunaan bahasa asing dalam lirik lagu pada umumnya tidak muncul secara acak, melainkan berkaitan dengan upaya pencipta lagu dalam menyampaikan nuansa makna tertentu. Campur kode dalam lirik lagu ini bertujuan untuk membantu pencipta lagu menyampaikan perasaan dengan lebih mudah kepada pendengarnya, karena penggunaan bahasa asing tertentu dapat mengekspresikan emosi ataupun gaya yang tidak tersedia dalam bahasa utama (Chamundeshwari & Iqbal, 2024). Untuk mengkomunikasikan pesan lagu dengan baik, pencipta lagu harus memilih kata-kata yang sesuai. Oleh karena itu, umumnya pencipta lagu memilih padanan kata dari bahasa asing yang dirasa lebih tepat secara makna maupun gaya. Dengan demikian, campur kode dalam lirik lagu tidak hanya berfungsi sebagai variasi bahasa, tetapi juga sebagai strategi linguistik dalam membangun makna dan daya tarik lagu.

Dalam lagu-lagu berbahasa Jepang, fenomena campur kode umumnya direalisasikan melalui penyisipan unsur bahasa asing, terutama bahasa Inggris, ke dalam lirik berbahasa Jepang. Bahasa Inggris sering dipilih karena memiliki citra global, modern, dan ekspresif, sehingga mampu memberikan nuansa makna

tertentu yang berbeda dari bahasa Jepang. Penyisipan unsur bahasa Inggris ini dapat muncul dalam bentuk kata maupun frasa dan ditempatkan pada bagian-bagian tertentu dalam lirik lagu, seperti pada bagian yang menekankan pesan utama atau bagian yang bersifat repetitif (Aqidah dkk., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa kemunculan campur kode dalam lirik lagu tidak hanya berkaitan dengan bentuk linguistiknya, tetapi juga memperlihatkan pola dan fungsi penggunaan yang berpotensi berbeda-beda. Hal ini juga tidak terlepas dari konteks sosiolinguistik yang lebih luas, yaitu posisi bahasa Inggris sebagai bahasa internasional yang mendominasi berbagai bidang termasuk industri hiburan dan musik populer global.

Salah satu konteks sosiologis yang melatarbelakangi kemunculan campur kode dalam musik populer Asia adalah strategi internasionalisasi yang diterapkan oleh industri musik Korea (K-Pop). Grup musik Korea yang memasuki pasar Jepang, seperti TWICE, umumnya merilis lagu dalam bahasa Jepang dengan menyertakan unsur bahasa Inggris sebagai strategi untuk menjangkau pendengar yang lebih luas, baik di Jepang maupun secara global. Hal ini dilatarbelakangi oleh fakta bahwa bahasa Inggris berfungsi sebagai bahasa penghubung (*lingua franca*) yang familiar bagi pendengar internasional (Moody, 2006). Oleh karena itu, kemunculan campur kode dalam lirik lagu berbahasa Jepang yang dinyanyikan oleh artis Korea tidak dapat dilepaskan dari pertimbangan pasar, identitas musikal, dan strategi komunikasi multibahasa yang disengaja.

Salah satu lagu berbahasa Jepang yang menampilkan fenomena campur kode adalah lagu *Fanfare* oleh TWICE, sebuah grup musik yang aktif berkarya di Korea dan Jepang. TWICE merupakan grup beranggotakan sembilan orang yang terdiri dari anggota asal Korea, Jepang, dan Taiwan, sehingga penggunaan bahasa

campuran dalam karya mereka merupakan cerminan dari identitas multikultural grup tersebut. Lagu *Fanfare* dirilis pada tahun 2020, tepat di tengah masa pandemi COVID-19 yang menyebabkan pembatasan interaksi langsung antara artis dan penggemarnya. Dalam kondisi tersebut, penggunaan bahasa Inggris dalam lirik lagu tidak hanya berfungsi sebagai strategi linguistik, tetapi juga sebagai upaya untuk menjangkau basis penggemar internasional secara lebih efektif melalui unsur bahasa yang bersifat universal (Lee, 2004). Lagu ini merupakan bagian dari *single* Jepang keenam TWICE yang termasuk dalam album studio Jepang ketiga berjudul *Perfect World*. Lirikinya mengandung pesan motivasi dan semangat yang ditujukan kepada pendengar yang sedang menghadapi masa-masa sulit.

Lagu *Fanfare* memuat penggunaan bahasa Jepang dan bahasa Inggris secara berdampingan dalam berbagai bagian lirik. Misalnya, frasa seperti “*Restart* 朗らかに” (*Restart hogaraka ni*) atau “*Brand-new* 自分らしく” (*Brand-new jibun rashiku*) menunjukkan adanya campur kode pada tingkat frasa, di mana unsur bahasa asing digunakan bersama unsur bahasa Jepang dalam satuan lirik. Unsur bahasa Inggris dalam lagu *Fanfare* muncul dalam bentuk kata dan frasa yang berkaitan dengan pesan motivatif dan semangat positif yang ingin disampaikan kepada pendengar. Penggunaan campur kode dalam lagu ini memperlihatkan adanya pemilihan unsur bahasa tertentu yang berkontribusi terhadap pembentukan makna dan gaya lagu.

Untuk memperkuat argumentasi mengenai latar belakang kemunculan campur kode dalam lirik lagu *Fanfare*, penelitian ini juga didukung oleh sejumlah data sekunder. Pertama, laporan Korea Herald (2020) memuat pernyataan resmi dari JYP Entertainment bahwa lagu *Fanfare* dirancang sebagai lagu bernuansa positif dan

membangkitkan semangat yang ditujukan untuk menjangkau pendengar global. Kedua, data penjualan dari *Oricon* menunjukkan bahwa *single* Jepang keenam TWICE, *Fanfare*, berhasil menduduki peringkat pertama tangga lagu mingguan *Oricon* pada periode 6–12 Juli 2020 dengan penjualan sekitar 176.725 hingga 208.778 kopi. Selain itu, *Recording Industry Association of Japan* (RIAJ) memberikan sertifikasi Platinum pada Agustus 2020 setelah penjualan fisik lagu tersebut melampaui 250.000 kopi di Jepang. Pada Mei 2024, lagu ini juga memperoleh sertifikasi Platinum untuk kategori *streaming* karena telah melampaui 100 juta *streaming* di Jepang. Pencapaian tersebut menunjukkan bahwa *Fanfare* diproduksi dan dipasarkan secara serius untuk pasar Jepang serta berhasil memperoleh penerimaan yang luas dari masyarakat Jepang. Ketiga, artikel *The Japan Times* oleh St. Michel (2017) menjelaskan strategi lokalisasi TWICE di pasar Jepang, termasuk peran anggota asal Jepang dalam meningkatkan penerimaan grup tersebut di kalangan masyarakat Jepang.

Selain itu, penelitian oleh Phillips dan Baudinette (2022) menyatakan bahwa industri K-pop, khususnya grup seperti TWICE, menerapkan strategi lokalisasi melalui penggunaan bahasa Jepang dalam lirik sambil tetap mempertahankan unsur bahasa Inggris sebagai bagian dari estetika musik pop modern. Temuan tersebut mendukung argumentasi bahwa penggunaan campur kode dalam lirik *Fanfare* tidak terjadi secara kebetulan, melainkan merupakan bagian dari strategi komunikasi multibahasa yang digunakan untuk menyesuaikan diri dengan pasar Jepang tanpa melepaskan citra global grup tersebut.

Meskipun fenomena campur kode dalam lirik lagu Jepang cukup sering ditemukan, kajian yang secara khusus membahas jenis campur kode dan fungsi kebahasaannya masih menunjukkan keterbatasan. Berdasarkan kajian terhadap penelitian sebelumnya, penelitian mengenai campur kode dalam lirik lagu umumnya masih berfokus pada pengelompokan jenis campur kode atau faktor-faktor penyebab terjadinya campur kode. Akibatnya, hubungan antara jenis campur kode beserta fungsi kebahasaannya dalam lirik lagu berbahasa Jepang masih belum dianalisis secara menyeluruh.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji fenomena campur kode dalam lirik lagu *Fanfare* oleh TWICE dengan menitikberatkan pada jenis campur kode dan fungsi kebahasaannya dalam lirik lagu. Melalui penelitian ini, campur kode diharapkan dapat dipahami sebagai fenomena kebahasaan dalam lirik lagu yang berkaitan dengan jenis serta fungsi kebahasaan campur kode dalam konteks musik populer.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Lirik lagu *Fanfare* oleh TWICE mengandung fenomena campur kode antara bahasa Jepang dan bahasa Inggris yang muncul dalam berbagai bentuk dan bagian lirik lagu.

2. Fenomena penggunaan campur kode dalam lirik lagu *Fanfare* menunjukkan variasi jenis unsur bahasa asing yang digunakan, baik berupa kata maupun frasa.
3. Campur kode dalam lirik lagu *Fanfare* digunakan dengan fungsi tertentu yang berkaitan dengan penyampaian pesan lagu.
4. Unsur bahasa asing dalam lirik lagu *Fanfare* menunjukkan pola kemunculan tertentu, baik dari segi frekuensi maupun penempatannya dalam bagian-bagian lagu.
5. Kajian mengenai campur kode dalam lirik lagu berbahasa Jepang, khususnya yang mengaitkan jenis serta fungsi kebahasaannya secara bersamaan masih tergolong terbatas.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembahasan terhadap lagu *Fanfare* dalam penelitian ini dibatasi pada analisis jenis campur kode yang muncul di dalam lirik lagu dengan menitikberatkan pada teori campur kode menurut Muysken (2000) serta teori fungsi campur kode menurut Appel & Muysken (2005).

1.4 Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang telah dibatasi sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini akan difokuskan pada pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Jenis campur kode apa saja yang muncul dalam lirik lagu *Fanfare* oleh TWICE?

2. Bagaimana fungsi campur kode yang digunakan dalam lirik lagu *Fanfare* oleh TWICE?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dibahas, maka tujuan dari penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Mengungkap dan mendeskripsikan jenis campur kode yang muncul dalam lirik lagu *Fanfare* oleh TWICE.
2. Menjelaskan fungsi campur kode dalam lirik lagu *Fanfare* oleh TWICE.

1.6 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat baik dalam bidang linguistik, khususnya dalam aspek teoretis maupun praktis. Manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang linguistik, khususnya dalam studi tentang campur kode.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pendidik dan pelajar bahasa, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan ajar atau referensi dalam memahami fenomena campur kode pada lirik lagu.

- b. Bagi peneliti berikutnya, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian sejenis ataupun penelitian mengenai campur kode dengan pembahasan yang lebih luas.

