

Campur Kode Pengguna Media Sosial X dalam Akun Tanyarlfe: Kajian Sociolinguistik

Winalda Tahir¹, Muhlis², Sitti Hasriyati Anies³, Ahmad Ghazali Samad⁴, Nurcaya^{5*}

^{1,2,3,4} Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Puangrimaggalatung, Indonesia

Email Korespondensi: nurcaya.aydin17@gmail.com

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima : 02 November 2025
Direvisi : 12 Maret 2026
Disetujui : 13 Maret 2026
Dipublikasikan : 05 Mei 2026

Kata Kunci:

Campur Kode; Penyisipan Kata;
Penyisipan Frasa; Sociolinguistik

Keywords:

Code-Mixing; Word Insertion;
Phrase Insertion; Sociolinguistics

<https://doi.org/10.55678/jci.v11i1.2430>



This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

Copyright © 2026 by Author. Published by Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi olehnya fenomena campur kode merupakan masalah yang sering terjadi pada masyarakat pengguna media sosial yang sering dianggap sepele. Padahal hal ini dapat menghambat pemahaman lawan tutur. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui campur kode pengguna media sosial X dalam akun *Tanyarlfe*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, dokumentasi, dan teknik pencatatan. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah klasifikasi, analisis, interpretasi, dan penyajian data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 kategori campur kode penyisipan, yaitu campur kode penyisipan kata berjumlah 39 data dan campur kode penyisipan frasa 22 data. Penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia pengguna media sosial cenderung menggunakan kata-kata yang lebih singkat dan selalu menciptakan gaya berbahasa baru dengan mengadopsi berbagai macam bahasa. Perbedaan latar belakang menciptakan ruang berkembangnya campur kode sebagai strategi komunikasi antarpener.

ABSTRACT

This study is grounded in the phenomenon of code-mixing, a linguistic issue frequently observed among social media users and often regarded as insignificant. However, such practices may impede mutual understanding between interlocutors. The primary objective of this research is to examine the forms and patterns of code-mixing employed by users of the social media platform X on the Tanyarlfe account. The study adopts a qualitative research design. Data were collected through observation, documentation, and note-taking techniques. The data were analyzed using the processes of classification, analysis, interpretation, and presentation. The findings reveal two categories of insertional code-mixing: word insertion, comprising 39 instances, and phrase insertion, comprising 22 instances. The results further indicate that Indonesian social media users tend to employ shorter linguistic forms and continually develop innovative language styles by adopting elements from multiple languages. Variations in users' linguistic and cultural backgrounds foster the emergence of code-mixing as an adaptive communication strategy among speakers.

1. Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk sosial yang berarti bahwa manusia memerlukan suatu interaksi dan percakapan. Makhluk sosial tentunya memerlukan interaksi dalam lingkungannya, sehingga yang menjadi penengah dalam terjadinya suatu interaksi ialah bahasa. Sebagai perantara komunikasi, bahasa menjadi penghubung dikalangan masyarakat. Jadi, kajian bahasa erat kaitannya dengan hubungan kehidupan kemasyarakatan (Faidah, 2022).

Bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh masyarakat untuk bekerja sama, mengidentifikasi diri dan berkomunikasi (Ifitah dkk., 2022). Masyarakat dapat memperoleh atau meningkatkan ilmu kebahasaannya melalui beberapa macam cara, seperti berbicara, berdiskusi dan berinteraksi bersama dengan temannya maupun dengan orang terdekatnya (Eliastuti dkk., 2023).

Ilmu linguistik menjelaskan bahwa bahasa merupakan kajian utamanya. Linguistik terbagi dua, yaitu linguistik umum dan linguistik khusus. Linguistik umum mempelajari kaidah bahasa yang umum terkait dengan tata bahasa, morfologi, pragmatik, sintaksis, semantik, dan fonetik. Sedangkan linguistik khusus, lebih menekankan pada kaidah bahasa yang spesifik terkait dengan sociolinguistik, linguistik psikologis, linguistik etnografi (kebudayaan manusia), linguistik sejarah, dan linguistik komparatif (Eliastuti dkk., 2023).

Dilihat dari kajian sociolinguistik, bahasa merupakan sistem sosial. Hal tersebut berarti sociolinguistik ada hubungannya dengan masyarakat dan penggunaan bahasa. (Wirawan & Shaunaa, 2021) mengatakan bahwa kemampuan seseorang yang memiliki kebiasaan menggunakan dua bahasa dalam interaksi dengan orang lain disebut bilingual. Sedangkan, penggunaan lebih dari dua bahasa dikenal sebagai multilingual. Salah satu faktor terjadinya bilingualisme dan multilingualisme adalah keberagaman suatu bahasa. Dalam berbahasa terdapat keberagaman yang menunjukkan situasi dan kondisi keformalan tuturannya. Ragam bahasa menentukan tingkat keformalan pada interaksi seorang penutur (Yoda & Mardiansyah, 2020). Keragaman bahasa tersebut bisa terjadi dalam fenomena kebahasaan salah satunya yaitu campur kode.

Muysken (Yoda & Mardiansyah, 2020) membagi campur kode menjadi tiga bagian, yaitu penyisipan (*insertion*), peralihan (*alternation*), dan leksikalisasi kongruen (*congruent lexicalization*). Adapun penyisipan yaitu campur kode yang hanya menyisipkan kata dan frase, peralihan merupakan campur kode dari bentuk kalimat dari yang kompleks berupa klausa yang digunakan dalam satu ujaran, dan leksikalisasi kongruen yaitu campur kode yang polanya berbeda dalam suatu ujaran.

Penyisipan (*insertion*) adalah saat penutur atau lawan tutur menggunakan kata atau frasa dari satu bahasa dan memasukkannya dalam kalimat bahasa lain, ibaratkan meminjam sebuah kata dari bahasa lain untuk melengkapi kalimat. Misalnya, “dia sudah *ready* untuk berangkat”. Peralihan (*alternation*) merupakan jenis campur kode yang terjadi saat penutur maupun lawan tutur bergantian menggunakan dua bahasa dalam satu kalimat. Pergantian ini sering melibatkan dua struktur gramatikal yang berbeda, masing-masing sesuai dengan aturan tata bahasa dari bahasa yang digunakan. Biasanya, hal ini terjadi ketika kedua bahasa memiliki status yang setara dalam komunikasi, serta penutur dan lawan tutur merasa nyaman menggunakan keduanya. Misalnya, “Aku tidak mengetahuinya. *Maybe you can help me?*”. Leksikalisasi kongruen (*congruent lexicalization*) terjadi ketika dua bahasa memiliki struktur tata bahasa yang serupa, sehingga elemen yang ada pada kedua bahasa dapat saling bercampur secara bebas dalam satu kalimat. Misalnya, pada kalimat “kemarin aku sudah *plan* untuk pergi ke *mall*, tapi tiba-tiba *cancel*.”

Banyaknya bahasa yang bermunculan, maka diikuti juga perkembangan digital. Ada hubungan timbal balik antara kemajuan ilmu dan kemampuan bahasa yang harus merekam kemajuan itu, menjelaskannya dan menyampaikan kepada pihak yang lain (Darwis & Kamsinah, 2019). Beragam media sosial yang ditawarkan saat ini dengan fitur-fitur yang menarik. Media sosial menyediakan berbagai komunitas sesuai dengan maksud dan tujuan pengembangan *platform* (Mujiyanto & Nurhadi, 2024). Selain media sosial *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp (WA)*, terdapat juga aplikasi yang serupa dengan maksud yang sama yaitu untuk saling berinteraksi dan mudah mendapatkan informasi terbaru yaitu media sosial *X* yang dahulunya dikenal dengan nama *Twitter*.

Penelitian tentang campur kode telah banyak dilakukan oleh peneliti lain. Beberapa penelitian tersebut antara lain dengan judul *Kajian Sociolinguistik: Campur Kode pada Akun Twitter Collegemenfess* oleh Dr. Afnita, M.Pd. dan Ummi Kultsum (2023). Penelitian tersebut menemukan penggunaan campur kode oleh pengguna *auto base Collegemenfess*. Berdasarkan analisis yang dilakukan, ditemukan lima belas cuitan campur kode pada laman *Collegemenfess*. Cuitan ini terdiri dari sepuluh campur kode ke luar yakni pada bahasa Inggris-bahasa Indonesia. Lalu, lima campur kode ke dalam yakni bahasa Jawa, Sunda, Medan-bahasa Indonesia. Penelitian yang kedua oleh Eliastuti, dkk. (2023) *Campur Kode Luar pada Kicauan Akun Twitter Pamungkas @whensaid_*. Penelitian tersebut menemukan 25 data campur kode ke luar yakni bahasa Inggris yang berbentuk penyisipan kata, frasa, klausa, dan kalimat. Penyisipan kata sebanyak 10 data, penyisipan kalimat sebanyak 4 data, penyisipan frase dan kalimat sebanyak 1 data, penyisipan kata dan frase, penyisipan frase sebanyak 5 data. Penyisipan dalam bentuk kata lebih banyak digunakan oleh cuitan akun *@whensaid_*. Pada penelitian tersebut, peneliti menemukan pembeda bahwa sebagian besar penelitian mengenai campur kode hanya berfokus pada media sosial *Instagram, Facebook, Tiktok*, serta teori Muysken (2000) belum banyak yang menjadikannya sebagai landasan penelitian pada media sosial *X* dalam akun percakapan secara anonim.

Pengguna media sosial *X* dalam akun *Tanyarlfees* sering kali berbalas komentar dengan mencampurkan bahasa berupa kata dan frasa, campur kode penyisipan yang menjadi fokus penelitian, terutama campur kode pengguna media sosial *X* dalam akun *Tanyarlfees*. Serta bertujuan untuk mengetahui campur kode pengguna media sosial *X* dalam akun *Tanyarlfees*.

2. Kajian Pustaka

Sociolinguistik

Sociolinguistik termasuk salah satu makrolinguistik yang berarti menelaah bahasa dari luar, sejalan dengan pendapat (Auliya dkk., 2024). Bahasa dalam sociolinguistik berfungsi sebagai sistem sosial, sistem komunikasi, dan menjadi bagian dari budaya masyarakat tertentu (Faidah, 2022). Bahasa dalam kajian sociolinguistik tidak hanya dilihat dari bentuk strukturalnya saja, tetapi dilihat juga dari segi sistem sosial, komunikasi, dan bagian dari kebudayaan masyarakat pada umumnya. Sociolinguistik juga mengkaji fungsi sosial yang terkandung dalam sebuah bahasa yang secara signifikan menjadi faktor yang mendasari korelasi antara bahasa dan masyarakat (Chiftiyah, 2021).

Bahasa dipandang bukan hanya sebagai alat komunikasi, melainkan sebagai patokan struktur sosial dalam interaksi antar individu. Untuk memahami bahasa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, diperlukan pemahaman konsep dasar dalam kajian sociolinguistik. Salah satu ranah sociolinguistik adalah campur koder.

Campur Kode

Menurut Muysken (Siagian dkk., 2022), campur kode dibagi menjadi tiga bagian, terdiri dari penyisipan (kata atau frasa), pergantian (klausa), dan leksikalisasi kongruen (dialek). Gagasan Muysken pada intinya mencakup pemasukan unsur bahasa, pergantian di antara bahasa, dan penyesuaian leksikalisasi (Oentari, 2024). Dalam teks negosiasi, kalimat persuasif berperan penting dalam menyampaikan tawaran maupun penolakan secara efektif (Amaliyah, 2021). Tanpa adanya kemampuan membujuk yang baik, proses negosiasi akan kehilangan arah dan sulit mencapai kompromi. Oleh karena itu, kehadiran kalimat persuasif dalam teks negosiasi menjadi salah satu indikator keberhasilan komunikasi antarpihak yang terlibat.

Penyisipan adalah suatu proses adanya sisipan pada suatu kalimat atau ucapan, dapat berupa unsur leksikal maupun frasa ke dalam struktur bahasa yang berbeda. Menurut (Permadi, 2021), proses pencampuran kode melalui penyisipan berhubungan dengan peminjaman leksikal atau frasa asing yang disisipkan ke dalam suatu struktur bahasa lain

dan mungkin terdiri dari kata dan frasa tunggal. Penyisipan sebagian besar merupakan bentuk pengaruh bahasa searah. Menurut Muysken, penyisipan memiliki pola A B A, B merupakan kata atau frasa yang berasal dari bahasa asing yang disisipkan pada kalimat yang menggunakan bahasa A (bahasa utama).

Pergantian merupakan proses pertukaran bahasa pada tingkat ujaran. Dalam proses ini, dua bahasa ditampilkan dalam satu klausa namun tetap relatif terpisah. Muysken mengklasifikasi dua masalah dalam campur kode dengan tipe pergantian, yaitu pencampuran bahasa yang melibatkan kata depan dan kata sambung, serta titik pengalihan ketika urutan kata dari dua bahasa bersifat paralel. Berbeda dari penyisipan, pada proses pergantian, seorang penutur harus dapat menguasai tataran semantik dan gramatikal dari dua bahasa atau lebih karena unsur yang bercampur bukan hanya kata dan frasa, melainkan juga klausa.

Terakhir adalah leksikalisasi kongruen merupakan proses menyesuaikan struktur gramatikal yang diisi oleh unsur leksikal dari bahasa yang berbeda. Leksikal kongruen adalah penggunaan leksikal dua bahasa yang berbeda secara bersamaan. Hal tersebut terjadi apabila pencampuran bahasa yang dipakai mempunyai kesamaan bunyi yang diucapkan. Pada campur kode dengan leksikalisasi kongruen, kosakata berasal dari dua atau bahasa berbeda. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa leksikalisasi kongruen adalah bahasa yang satu dengan bahasa yang lain memiliki struktur bahasa yang sama dan hanya didapatkan diantara bahasa yang berkaitan dan memiliki banyak kesamaan struktural.

Media Sosial

Digitalisasi memberikan dampak atau perubahan besar pada gaya hidup masyarakat di seluruh dunia. Bermedia sosial menjadi salah satu aktivitas yang menunjukkan gaya hidup masyarakat di era digital. Media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunaannya untuk mempresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Budiman, 2022). Media sosial merupakan sebuah *platform online* yang dapat diakses oleh seluruh individu dari belahan dunia manapun yang terakses dengan jaringan internet (Aqilah & Saddhono, 2024).

Media sosial *X* yang dahulunya dikenal sebagai *Twitter* dalam konteks ini, dikenal sebagai salah satu *platform* media sosial tempat berlangsungnya interaksi antar pengguna berlangsung secara luas dan dinamis. Media sosial *X* sebagai salah satu media sosial yang muncul di era modern. Media sosial *X* merupakan salah satu media sosial yang populer. Jenis akun terbagi beberapa, yaitu *personal account*, *roleplay account*, *autobase account*, dan *cyber account* (Putri & Nugroho, 2024).

Media sosial *X* juga memungkinkan kita untuk mengunggah konten sesuai keinginan kita, seperti gambar atau pesan teks, sehingga kita dapat mengetahui informasi terbaru dengan mudah (Eliastuti dkk., 2023). Dalam lingkup sociolinguistik, media sosial memainkan peran penting yang memfasilitasi adaptasi bahasa, perubahan, dan perkembangan bahasa.

Akun Tanyarlfe

Salah satu akun *autobase* adalah akun *Tanyarlfe*. Akun yang memiliki tiga juta lebih pengikut merupakan salah satu fenomena menarik, khususnya di kalangan generasi muda. Sejalan dengan berkembangnya teknologi dan semakin banyaknya pengguna, beberapa akun pada *X* memfasilitasi penggunaannya untuk mengirimkan *menfess* secara *autobase* (Putri & Nugroho, 2024).

Akun ini berfungsi sebagai tempat pengguna untuk membagikan cerita, pengalaman, pertanyaan, atau bahkan sekadar ingin berinteraksi dengan pengguna lain secara anonim. Salah satu daya tarik akun ini adalah fitur anonimitasnya. Pengguna dapat mengirim pesan

tanpa harus mengungkapkan identitas aslinya, sehingga mereka lebih bebas untuk berbagi hal-hal yang mungkin tidak mau mereka ungkapkan di kehidupan nyata.

Akun ini juga membahas beragam topik, mulai dari masalah pribadi, sekolah, pekerjaan, hingga fenomena yang sedang banyak dibahas. Selain berbagi cerita, akun ini menjadi tempat bagi pengguna untuk saling berinteraksi satu sama lain. Mereka dapat memberikan komentar, tanggapan ataupun saran terhadap pesan yang dibagikan oleh pengguna lain.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah landasan yang digunakan untuk menghubungkan suatu konsep, variabel, dan hubungan dalam penelitian. Kerangka ini menggambarkan kajian sociolinguistik terhadap penggunaan campur kode pada media sosial *X* dalam akun *Tanyarlfe*. Kajian ini berfokus pada tipe-tipe campur kode menurut teori Muysken (2000), yang mencakup penyisipan, pergantian, dan leksikalisasi kongruen.

Pengguna mencampur bahasa untuk menciptakan hubungan dengan komunitas global dan untuk memanfaatkan keunikan setiap bahasa. Interaksi menekankan pentingnya dialog dan keragaman suara yang sesuai dengan realitas kehidupan masyarakat masa kini yang multikultural dan penuh dengan sudut pandang yang berbeda (Habibah dkk., 2024).

3. Metode

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Dikatakan kualitatif karena penelitian ini tidak berhubungan dengan angka-angka dan bertujuan untuk mengamati gejala/fenomena suatu perubahan bahasa yang terjadi. Data penelitian ini dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang merupakan objek yang akan diteliti yakni campur kode. Data yang diambil adalah unggahan utama, serta komentar yang ditulis oleh pengguna lain media sosial *X* dalam akun *Tanyarlfe* mulai Januari 2025 sampai dengan April 2025. Sedangkan, data sekunder dalam penelitian ini adalah data penunjang berupa artikel, karya ilmiah berupa hasil penelitian yang memuat tentang campur kode.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, teknik dokumentasi (tangkapan layar), teknik pencatatan. Instrumen yang digunakan adalah alat tulis dan gawai. Teknik analisis data dilakukan dengan klasifikasi, analisis, interpretasi adalah tahap menghubungkan teori Muysken (2000) dengan data yang telah dianalisis. Hal ini memberikan batasan atau memungkinkan peneliti memberikan penjelasan mendalam tentang campur kode pengguna media sosial *X*, dan penyajian data adalah langkah

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Berdasarkan hasil identifikasi dan klasifikasi menurut Muysken (2000), campur kode terdiri atas tiga, yaitu penyisipan, pergantian, dan leksikalisasi kongruen. Pada penelitian ini peneliti berfokus dan menganalisis campur kode berupa penyisipan. Penyisipan merupakan proses adanya sisipan pencampuran unsur-unsur bahasa pada suatu kalimat. Penyisipan terbagi dua, yaitu penyisipan kata dan penyisipan frasa.

Data 1

“...yang tahu tolong *reply* dong ini kenapa ya?”

Jenis campur kode ini merupakan campur kode ke luar (*outer code mixing*), karena dipengaruhi oleh bahasa asing. Hal ini terjadi adanya kata “*reply*”. Kata *reply* dalam bahasa Indonesia berarti balas atau jawab. Jadi, maksud keterangan tersebut adalah *yang tau tolong*

jawab dong ini kenapa. Kata *reply* muncul akibat berkembangnya media komunikasi berbasis bahasa Inggris bersamaan dengan kata *send, back, forward*, dan sebagainya. Karena seringnya pengguna media sosial melihat kata tersebut, maka pengguna terdorong untuk memakainya bahkan biasa menyisipkan pada percakapan sehari-hari sebagai bagian dari tuturan informal yang berarti memberikan kesan santai. Menggantikan padanan dari bahasa Indonesia *balas* merupakan suatu gaya komunikasi yang lebih modern.

Data 2

“Jawab pake emot *mood* lu di hari pertama tahun ini.”

Salah satu pengguna mengunggah sebuah tulisan dan menanyakan perasaan pengguna lain di hari pertama di tahun baru dengan menggunakan bahasa Indonesia dan memasukkan unsur-unsur bahasa Inggris didalamnya. Maka dari unggahan tersebut terjadilah campur kode ke luar (*outer code mixing*), karena dipengaruhi oleh bahasa asing. Kata “*mood*” yang berarti suasana hati/perasaan. Kata tersebut merujuk keadaan emosional. Kata *mood* lebih banyak digunakan pengguna media sosial karena pengaruh perkembangan zaman dan penulisannya lebih singkat dibandingkan dengan suasana hati. Maksudnya adalah kurangnya padanan yang sama dengan makna. Misalnya, *mood* tidak hanya berarti suasana hati, tetapi nuansa ataupun perasaan yang sulit diterjemahkan dalam kata bahasa Indonesia. Hal tersebut membuat penggunaannya lebih memilih kata aslinya. Jadi, maksud dari keterangan tersebut adalah jawab pake emot suasana hati lu di hari pertama tahun ini.

Data 3

“Demo di DPRD Malang *chaos* saat ini...”

Unggahan tersebut membahas mengenai demo yang terjadi akhir-akhir ini, dan pada pengirim mengunggah sebuah foto beserta keterangan dengan menggunakan bahasa Indonesia dan mencampurkan unsur-unsur bahasa Inggris di dalamnya. Jenis campur kode ini merupakan campur kode ke luar (*outer code mixing*), karena dipengaruhi oleh bahasa asing. Kata “*chaos*” yang berarti kekisruhan atau kekacauan/kacau. Arti kata tersebut mengalami pergeseran dari kondisi tanpa bentuk. Seiring terbentuknya media komunikasi digital dan budaya global, kata tersebut kemudian dijadikan bahasa slang global termasuk campur kode dalam bahasa Indonesia. Penggunaan kata tersebut lebih dinamis dibandingkan dengan padanan bahasa Indonesia. Jadi, keterangan pada postingan tersebut berarti demo di DPRD Malang kacau saat ini.

Data 4

“...aku *clueless* banget...”

Data tersebut menggunakan kalimat bahasa Indonesia dan mencampurkan bahasa Inggris di dalamnya. Jenis campur kode ini merupakan campur kode ke luar (*outer code mixing*). Kata “*clueless*” berasal dari kata *clue* yang merupakan bahasa Inggris kuno dan semakin berkembang menjadi *clueless* yang digunakan sampai sekarang sebagai istilah bahasa gaul yang berarti tak tahu apa-apa. Kata tersebut telah menjadi bagian dari bahasa sehari-hari, terutama di kalangan muda dalam lingkup penggunaan media sosial. Penggunaan kata tersebut dipilih, karena lebih singkat.

Data 5

“...di tengah riweuhnya negara.”

Sebuah komentar salah satu pengguna yang memberikan balasan pada data 4.A1a.31 menggunakan kalimat bahasa Indonesia dengan menyisipkan kata yang kurang orang ketahui, yaitu “riweuh”. Kata tersebut merupakan bahasa Sunda, apabila diartikan dalam bahasa Indonesia berarti kacau. Jenis campur kode ini merupakan campur kode ke dalam (*inner code mixing*). Penggunaannya sering dipakai untuk mendeskripsikan suatu kondisi yang penuh kesulitan/berantakan. Sekarang, istilah ini mulai menjalar dan menjadi bahasa slang yang digunakan oleh pengguna media sosial di luar komunitas Sunda.

Data 6

“Apakah *pronounce* gedang di Sunda sama kek gedang di Jawa?”

Unggahan tersebut menggunakan bahasa Indonesia yang disisipkan kata bahasa Inggris dan bahasa daerah. Jenis campur kode ini merupakan campur kode campuran (*hybrid code mixing*). Kata “*pronounce*” berasal dari bahasa Inggris yang berarti mengucapkan/pengucapan, melafalkan, kata tersebut umum digunakan. Sedangkan, kata “gedang” berasal dari bahasa Sunda dan Jawa. Tetapi kata tersebut memiliki arti yang berbeda, gedang dalam bahasa Sunda berarti pepaya dan dalam bahasa Jawa berarti pisang. Penggunaan kata gedang dalam konteks yang tidak jelas dapat membuat kesalahpahaman antara penutur dan lawan tutur. Campur kode dapat memperkaya penguasaan bahasa, tetapi juga menimbulkan kebingungan, terutama kata-kata yang berasal dari bahasa daerah dengan makna yang berbeda.

Data 7

“...kelen masih punya hutang puasa....”

Unggahan keterangan dengan menggunakan bahasa Indonesia dan menyisipkan kata berupa bahasa daerah di dalamnya. Jenis campur kode ini merupakan campur kode ke dalam (*inner code mixing*). Kata “kelen” merupakan bahasa Medan yang berarti kalian. Kata tersebut digunakan dalam percakapan sehari-hari di Medan. Bahasa tersebut mudah ditiru, karena penyebarannya dari berbagai sumber salah satunya media sosial.

Campur kode penyisipan frasa merupakan jenis penyisipan yang mencampurkan serangkaian kata asing maupun daerah ke dalam suatu kalimat utama. Adapun data yang ditemukan peneliti, yakni sebagai berikut.

Data 8

“Awal tahun yang plot twist ibuku mau nikah lagi....”

Pada unggahan tersebut, pengguna menggunakan bahasa Indonesia dan menyisipkan unsur-unsur bahasa Inggris di dalamnya. Jenis campur kode ini merupakan campur kode ke luar (*outer code mixing*). “*Plot twist*” adalah frasa nomina dalam bahasa Inggris yang berarti cerita atau kejadian yang berubah secara tiba-tiba atau dapat dikatakan tidak terduga. Frasa tersebut sangat umum digunakan pada media sosial maupun kehidupan sehari-hari, karena tidak ada padanan langsung dalam bahasa Indonesia yang cocok.

Data 9

“Ayam goreng *fresh from the hell* buatanku....”

Unggahan yang memuat keterangan bahasa Indonesia dengan menyisipkan unsur-unsur bahasa Inggris di dalamnya. Jenis campur kode ini merupakan campur kode ke luar (*outer*

code mixing). “*Fresh from the hell*” berarti baru keluar dari neraka. Biasanya frasa ini digunakan untuk menekankan betapa buruknya suatu hal yang terjadi.

Data 10

“...dapat banyak *beauty privillage?* dari orang...”

Unggahan tersebut memuat keterangan bahasa Indonesia dan menyisipkan unsur-unsur bahasa Inggris di dalamnya. Jenis campur kode ini merupakan campur kode ke luar (*outer code mixing*). “*Beauty privilege*” berarti hak istimewa kecantikan, istilah ini sering digunakan untuk menggambarkan perlakuan istimewa bagi orang yang menarik secara istimewa. Penggunaan frasa ini dipandang populer dalam konteks feminisme dan diskusi sosial.

Data 11

“Ini kenapa sender *feeling blue* terus...”

Frasa populer selanjutnya, pengirim menggunakan bahasa Indonesia dan menyisipkan unsur-unsur bahasa Inggris di dalamnya. Jenis campur kode ini merupakan campur kode ke luar (*outer code mixing*). “*Feeling Blue*” merupakan idiom dalam bahasa Inggris yang berarti merasa depresi/sedih. Frasa ini dihubungkan dengan warna biru yang sering dikaitkan dengan suasana hati yang suram. *Feeling blue* sering digunakan untuk mengekspresikan perasaan dengan cara lebih modern/internasional.

Data 12

“...*edan wae*, padahal hari ini...”

Jenis campur kode ini merupakan campur kode ke dalam (*inner code mixing*), karena menggunakan bahasa Indonesia sebagai unsur utamanya dan menyisipkan unsur bahasa daerah (bahasa Sunda) di dalamnya. “*Edan wae*” dapat diartikan gila/marah-marah terus. Frasa ini digunakan dalam lingkup pengguna bahasa Sunda untuk mewakili ekspresi dan emosional.

Pembahasan

Berdasarkan data penelitian yang telah ditemukan pada unggahan dan komentar pengguna media sosial X dalam akun *Tanyarlifes* terdapat beberapa unsur campur kode. Dalam setiap unggahan yang didapat banyak mencampurkan bahasa Indonesia dengan bahasa daerah dan bahasa Inggris. Adanya penggunaan dua bahasa atau lebih disebut campur kode. Dapat dikatakan bahwa campur kode adalah suatu bahasa utama yang digunakan seseorang dan mencampurkannya dengan bahasa asing maupun bahasa daerah yang dikuasai ketika sedang bertutur.

Kode yang terdapat pada sebuah ucapan atau tulisan campur kode merupakan bagian yang disisipkan. Penyisipan tersebut dapat berupa kata maupun frasa. Menurut KBBI VI, kata berarti unsur bahasa yang diucapkan atau dituliskan sebagai perwujudan kesatuan perasaan dan pikiran yang dapat digunakan dalam berbahasa. Sedangkan, frasa merupakan gabungan antara dua kata atau lebih yang bersifat nonpredikat dan mempunyai makna gramatiakal.

Penyisipan yang dicampurkan pada bahasa utama memiliki tujuan untuk memperluas gaya bahasa dan pemakaian kata, tetapi juga perlu diperhatikan bahwa tidak semua pengguna media sosial dapat mengetahui/memahami makna tertentu. Dengan demikian, campur kode menitikberatkan pemakaian bahasa ke dalam bahasa lain berdasarkan situasi tertentu.

Penyisipan pada campur kode dibedakan menjadi dua menurut penjelasan sebelumnya, yaitu penyisipan kata dan penyisipan frasa. Adapun campur kode dalam penelitian ini, peneliti menemukan penyisipan kata dan frasa yang memiliki beragam jenis campur kode. Jenis campur kode yang dimaksud adalah campur kode ke dalam (*inner code mixing*), campur kode ke luar (*outer code mixing*), dan campur kode campuran (*hybrid code mixing*). Hal ini terjadi karena bahasa yang digunakan dalam media sosial cenderung singkat serta kebiasaan dan lingkungan sekitarnya.

Campur kode yang ditemukan dalam penelitian ini ada 61 data, yaitu terdapat 39 contoh campur kode bentuk penyisipan kata yang terdiri dari 31 data penyisipan kata bahasa asing (bahasa Inggris), yaitu kata *reply, mood, fomo, overshare, overhate, chaos, viewers, better, budget, affordable, freelance, cringe, clueless, when, bully, overthinking, typo, spark, excited, review, vibes, trusted, parenting, top, strict, relapse, childish, bitter, fansign-soon, flexing*, dan *homesick*. Penyisipan kata bahasa daerah berjumlah 6 data, yaitu kata *riweuh, punten, kelen, misuh, ceunah*, dan *wong*. Serta penyisipan kata berupa campuran berjumlah 2 data, yaitu kalimat bahasa Indonesia yang dicampur dengan kata *nyokap, judging, blaming, pronounce, gedang*. Sedangkan, campur kode bentuk penyisipan frasa berjumlah 22 data yang terdiri dari 19 data yang menggunakan penyisipan frasa bahasa asing (bahasa Inggris), yaitu frasa *plot twist, stand with, long weekend, hate speech, move on, fresh from the hell, beauty privillage, be confident, cut off, people come and go, through the phone, Islamic golden ages, dark ages, financial freedom, pick up, switch career, just in case, feeling blue*, dan *no salty*. Sedangkan, penyisipan frasa bahasa daerah berjumlah 3 data, yaitu *kagek dak nak, wish ra butuh tonggo-tonggo*, dan *edan wae*. Dan penyisipan frasa bentuk campuran tidak ditemukan.

Campur kode sangat sulit untuk dihindari karena sudah menjadi bagian dari bentuk komunikasi yang alami bagi penutur. Terjadinya hal tersebut berdasarkan bahasa utama yang tidak ada padanannya. Dalam proses terjadinya campur kode, bagian yang disisipkan bisa mengalami adaptasi morfologis, maksudnya adalah kata tersebut ditambahkan akhiran *-nya, -in*, dan lain-lainnya. Sebagai contoh pada penyisipan kata data 9, 15, 21, dan 32.

Faktor lain yang mendorong terjadinya campur kode adalah proses penyebaran bahasa secara lisan, yaitu melalui interaksi dari mulut ke mulut dalam kehidupan sehari-hari. Campur kode tidak hanya terjadi karena interaksi langsung antarpenerut, tetapi juga karena proses belajar secara tidak langsung, misalnya dalam lingkungan pergaulan, media sosial dalam komunitas tertentu.

Indonesia yang beraneka ragam suku, budaya, dan bahasa, proses penyebaran ini menjadi ini menjadi semakin dinamis. Perbedaan latar belakang itulah yang menciptakan ruang berkembangnya campur kode sebagai strategi komunikasi antarpenerut dari latar belakang yang berbeda. Selain itu, media sosial yang berkembang menjadi salah satu faktor penting yang mendorong dan mempercepat penyebaran campur kode. Media sosial menjadi wadah yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu, sehingga bentuk-bentuk bahasa yang digunakan ikut berkembang. Campur kode kata dan frasa yang awalnya hanya digunakan oleh kalangan tertentu kini menyebar luas oleh berbagai kelompok masyarakat. Seperti data penelitian media sosial yang dominan menyisipkan bahasa asing (bahasa Inggris).

Penutur lebih memilih bentuk bahasa yang dianggap singkat dan praktis, hal tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan komunikasi, tetapi juga oleh nuansa global yang melekat pada kata asing tertentu. Penggunaan istilah bahasa Inggris memberikan kesan yang mengikuti perkembangan internasional, kesan modern, sehingga memperkuat daya tarik dalam suatu komunikasi.

5. Simpulan dan Saran

Simpulan

Setelah melakukan analisis secara deskriptif dan mengaitkan fokus penelitian, terdapat beberapa temuan yang diperoleh yang mendasar pada hasil penelitian dan pembahasan campur kode pengguna media sosial *X* pada akun *Tanyarlfees*.

Adapun campur kode yang ditemukan dalam penelitian ini ada 61 data, yaitu terdapat 39 contoh campur kode penyisipan kata yang terdiri 31 data penyisipan kata/campur kode bahasa Inggris (*outer mixing code*), 6 data penyisipan kata/campur kode bahasa daerah (*inner mixing code*), dan 2 data penyisipan kata/campur kode campuran (*hybrid mixing code*). Campur kode penyisipan frasa berjumlah 22 data yang terdiri dari 19 data yang menggunakan penyisipan frasa bahasa Inggris (*outer mixing code*), penyisipan frasa bahasa daerah berjumlah 3 data, dan penyisipan frasa bentuk campuran tidak ditemukan.

Campur kode yang lebih sering digunakan oleh pengguna media sosial *X* pada akun *Tanyarlfees* adalah campur kode ke luar penyisipan kata dibandingkan dengan campur kode yang lainnya. Dapat ditarik kesimpulan bahwa, masyarakat Indonesia pengguna media sosial cenderung menggunakan kata-kata yang lebih singkat dan selalu menciptakan gaya berbahasa baru dengan mengadopsi berbagai macam bahasa. Perbedaan latar belakang menciptakan ruang berkembangnya campur kode sebagai strategi komunikasi antarpener. Selain itu, media sosial menjadi jembatan dalam mempercepat penyebaran campur kode. Penyisipan campur kode kata dan frasa yang awalnya hanya digunakan oleh kalangan tertentu kini menyebar luas dan diadopsi oleh kelompok masyarakat luas.

Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dipaparkan, penelitian ini memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan mengenai jenis-jenis campur kode serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bentuk campur kode berupa penyisipan kata dan frasa. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai referensi teoritis bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengkaji lebih lanjut fenomena campur kode dalam konteks yang berbeda.

6. Daftar Pustaka

- Aini, Y. N. (2023). Alih Kode Dan Campur Kode pada Akun Tiktok @Jessicaputeri Bidang Kajian Sociolinguistik (*Doctoral dissertation, Universitas Widya Dharma*). <http://repository.unwidha.com:880/3593/1/Yunita%20Fix.pdf>.
- Amri, Y. K. (2019). Alih kode dan Campur Kode pada Media Sosial. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia II* (Vol. 2, pp. 149-154). FBS Unimed Press. <https://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/38970/1/27.%20Fulltext.pdf>.
- Amriyah, N., & Isnaini, H. (2024). Campur Kode Sudjiwo Tedjo dalam Dialog Interaktif Indonesia Lawyers Club TvOne Episode Setahun Jokowi-Maruf: Dari Pandemi Sampai Demokrasi. *Disastra: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(1), 93-103. <https://pdfs.semanticscholar.org/4873/8974c67a7eae2eb6d76554166380fa69740a.pdf>.
- Arifianti, I. (2024). *Sociolinguistik*. Cahya Ghani Recovery.

- Auliya, A. R., Kurnia, I., Wibowo, I. A., & Linda, D. M. (2024). Alih Kode Dan Campur Kode Pada Novel Sang Penantang Badai Karya Winny Raca. *Jurnal Basataka (JBT)*, 7(2), 410-423. <https://jurnal.pbsi.uniba-bpn.ac.id/index.php/BASATAKA/article/view/453/252>.
- Budiman, B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Eunoia (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)*, 2(2), 149-156. <https://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/eunoia/article/view/2098/988>.
- Chiftiyah, M. (2021). Campur Kode Bahasa Pemuda Bandung dalam Parodi Blackpink oleh eJ Peace. *Diglossia: Jurnal Kajian Ilmiah Kebahasaan dan Kesusastraan*, 12(2), 68-79. <file:///C:/Users/MHAXI/Downloads/nufanbalafif,+Journal+manager,+1+MAR+YATUL+CHIFTIYAH+Edit.pdf>.
- 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. <file:///C:/Users/MHAXI/Downloads/Enggang+Vol+3+no+2+Juni+2023+hal+55-65.pdf>.
- Darwis, M., & Kamsinah, K. (2019). Sumbangan Bahasa Indonesia Terhadap Pemekaran Kosakata Bahasa Bugis: Kasus Penggunaan Bahasa Bugis Pada Media Sosial Facebook (The Contribution of Indonesian Language on Buginese Vocabulary Development: A Case Study of The Use of Buginese on Facebook Social Media). *Sawerigading*, 25(2), 107-118.
- Faidah, M. M. (2022). Campur Kode dan Alih Kode dalam Lirik Lagu “Senandung Rindu” Syubbanul Muslimin Perspektif Sociolinguistik. *Lahjah Arabiyah: Jurnal Bahasa Arab dan Pendidikan Bahasa Arab*, 3(2), 122-131. <https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/Lahjah/article/view/1820>.
- Fairuz, F., & Saddhono, K. (2024). Variasi Bahasa Campur Kode dan Bahasa Gaul (Slang) dalam Platform Media Sosial X. *Vokal: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(1), 28-33. <https://jurnal.ut.ac.id/index.php/vokal/article/view/7287/1972>.
- Fidela, R., Asfar, D. A., & Syahrani, A. (2024). Tuturan Campur Kode Cinta Laura dan Maudy Ayunda dalam Podcast Bicara Cinta: Kajian Sociolinguistik. *IdeBahasa*, 6(1), 10-32. <https://jurnal.idebahasa.or.id/index.php/Idebahasa/article/view/167>.
- Iftitah, N., Hambali, H., & Karumpa, A. (2022). Campur Kode Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris di Media Sosial Instagram. *Deiktis: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 2(2), 103-113. <https://dmi-journals.org/deiktis/article/view/250>.
- Ilham, S. P., Haliq, A., & Wijayanti, T. (2023). Alih Kode Dan Campur Kode Pada Film “Uang Panai”(Tinjauan Sociolinguistik). *Journal of Applied Linguistics and Literature*, 1(1), 18-30. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JALL/article/view/635>.

- Juariah, Y., Uyun, A., Nurhasanah, O. S., & Sulastri, I. (2020). Campur Kode dan Alih Kode Masyarakat Pesisir Pantai Lippo Labuan (Kajian Sociolinguistik). *Deiksis*, 12(03), 327-335. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Deiksis/article/view/5264>.
- Khoirurrohman, T., & Anjany, A. (2020). Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Proses Pembelajaran Di SD Negeri Ketug (Kajian Sociolinguistik): Array. *Dialektika Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Pendidikan Dasar*, 10(1), 362-370. <https://journal.peradaban.ac.id/index.php/jdpgsd/article/view/518>.
- Khusaini, M. (2019). Campur Kode Tulisan Warganet pada Grup Facebook Info Warga Jember (IWJ). *Universitas Muhammadiyah Jember*. <https://repository.unmuhjember.ac.id/2498/>.
- Levinia, E., & Najla, A. (2022). Analisis Penggunaan Campur Code (Code Mixing) dalam Lagu “Kis Band”. *Jurnal Pendidikan, Bahasa dan Budaya*, 1(4), 15-21. <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jpbb/article/view/685>.
- Mujianto, H., & Nurhadi, Z. F. (2023). Dampak Media Sosial Terhadap Budaya Pembentukan Budaya “Alone Together”. *Scriptura*, 13(2), 120-128. <https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/26512>.
- Oethalia, R., & Putri, M. A. (2021). Campur Kode Dalam Video Blog Channel Youtube Erikacang. *Omiyage: Jurnal Bahasa dan Pembelajaran Bahasa Jepang*, 4(2), 114-123. <https://omiyage.ppj.unp.ac.id/index.php/omiyage/article/view/332>.
- Oentari, B. S. (2024). Campur Kode Bahasa Sunda ke dalam Bahasa Indonesia Sebagai Pembentuk Humor Dalam Webtun. *Linguistik Indonesia*, 42(1), 199-220. https://ojs.linguistik-indonesia.org/index.php/linguistik_indonesia/article/view/548.
- Permadi, D. (2021). Analisis Campur Kode Dalam Tuturan Mardigu Wowiek Pada Konten Youtube Bossman Mardigu Topik Covid 19: Array. *Dialektika Jurnal Pendidikan*, 5(2), 138-150. <https://journal.peradaban.ac.id/index.php/dfkip/article/view/909>.
- Prayudi, S., & Nasution, W. (2020). Ragam bahasa dalam media sosial twitter. *Jurnal Metamorfosa*, 8(2), 269-280. <https://ejournal.bbg.ac.id/metamorfosa/article/view/1140/1016>.
- Putri, S. I., & Nugroho, Y. (2024). Bentuk Abreviasi Pada Bahasa Gaul Gen Z Dalam Akun X@ Tanyarlfe (Kajian Morfologi), 288-297. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/62638>.
- Rahman Nul Yakin, A. R. I. E. F. (2022). Analisis Campur Kode Dalam Kumpulan Album Lagu Daerah Manggarai Karya Bona Jemarat. *Analisis Campur Kode Dalam Kumpulan Album Lagu Daerah Manggarai Karya Bona Jemarat*. <https://repository.ummat.ac.id/5429/>.
- Rohmani, L. A., & Putra, A. A. I. A. (2023). Analisis Campur Kode pada Percakapan Sehari-hari Mahasiswa Program Studi Pendidikan IPA. *Jurnal pendidikan modern*, 8(3), 148-158. <https://ejournal.stkipmodernngawi.ac.id/index.php/jpm/article/view/722>.

- Safitri, S. D., Eliastuti, M., Fauzi, I. D., Amalia, R., Ridha, Y. N., & Sarah, S. (2023). Campur Kode Luar Pada Kicauan Akun Twitter Pamungkas @whensaid_. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(1), 316-323. <https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/655>.
- Sahara, M. U. (2019). Prinsip Kerja Sama dalam Wacana Dialog. *Hasta Wiyata*, 2(1), 1-7. <https://media.neliti.com/media/publications/285111-prinsip-kerja-sama-dalam-wacana-dialog-ff9ea22e.pdf>.
- Siagian, I., Suhaeri, A. H., & Pramadanti, A. H. (2022). Campur Kode dalam Novel Secangkir Kopi dan Pencakar Langit Karya Aqessa Aninda. *Lingua Franca*, 1(1), 1-9. https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/lingua_franca/article/view/1152.
- Sihabuddin, S., Widiyowati, E., & A'yun, A. Q. (2023). Komunikasi Organisasi Pengurus Masjid An-Nur Asmil Surakarta yang Berbeda Ormas Islam dalam Menciptakan Hubungan Harmonis. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 103-118. <https://jurnalfdk.uinsa.ac.id/index.php/JIK/article/view/1569>.
- Sukmana, A. A., Wardarita, R., & Ardiansyah, A. (2021). Penggunaan Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Acara Matanajwa Pada Stasiun Televisi Trans7. *Kredo: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 5(1), 206-221. https://www.researchgate.net/publication/360971398_Penggunaan_Alih_Kode_Dan_Campur_Kode_Dalam_Acara_Matanajwa_Pada_Stasiun_Televisi_Trans7.
- Umifa, B. A. D., Indarti, T., & Raharjo, R. (2022). Alih Kode dan Campur Kode dalam Video YouTube Maudy Ayunda. *Jurnal Komunitas Bahasa*, 10(2), 49-57. <https://jurnal.una.ac.id/index.php/jkb/article/view/2890>.
- Usop, L. S., Perdana, I., Poerwadi, P., Diman, P., & Linarto, L. (2021). Campur Kode Dalam Iklan Penawaran Barang di Forum Jual Beli Online Facebook Kota Palangka Raya (Kajian Sociolinguistik). *Enggang: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 2(1), 18-31. https://www.researchgate.net/publication/358705894_Campur_Kode_Dalam_Iklan_Penawaran_Barang_Di_Forum_Jual_Beli_Online_Facebook_Kota_Palangka_Raya_Kajian_Sociolinguistik.
- Wahyuni, R. S., & Chadijah, S. (2021). Analisis Penggunaan Campur Kode Komentar Warganet Dalam Media Sosial Facebook. *Jurnal Teknologika*, 11(2), 80-87. <https://jurnal.wastukencana.ac.id/index.php/teknologika/article/view/127/93>.
- Wirawan, S., & Shaunaa, R. (2021). Analisis Penggunaan Campur Kode Dan Alih Kode Dalam Video Akun Youtube Londokampung. *Jurnal Budaya*, 1(2), 17-22. <https://jurnalbudaya.ub.ac.id/index.php/jbb/article/view/19>.
- Yoda, F. A., & Mardiansyah, Y. (2020). Campur Kode Bahasa Sunda Ke Dalam Bahasa Arab Pada Percakapan Santri Pondok Pesantren Al-Basyariyah Cigondewah Bandung (Kajian Sociolinguistik). *Hijai-Journal on Arabic Language and Literature*, 3(1), 1-9. <https://digilib.uinsgd.ac.id/34149/>.

Yuliani, N. M., Sukri, S., & Saridewi, D. P. (2023). Campur Kode Luar Bahasa Fandom “ARMY” pada Kolom Komentar Postingan Instagram @army indonesiaa: Kajian Sociolinguistik. *Journal of Education Research*, 4(3), 1265-1274.
<https://jer.or.id/index.php/jer/article/view/328>.