

ANALISIS PENGGUNAAN CAMPUR KODE DALAM KONTEN *WANDERLEARN* PADA AKUN TIKTOK ERANITRI

Mia Resti Fauzi¹, Sinta Rosalina²

¹Universitas Singaperbangsa Karawang, 1910631080154@student.unsika.ac.id

²Universitas Singaperbangsa Karawang, sinta@fkip.unsika.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan (1) bentuk campur kode dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri; (2) fungsi campur kode dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data yang diambil dalam penelitian ini berupa tuturan yang mengandung campur kode. Sumber data dalam penelitian ini adalah video konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri yang diunggah di bulan Maret, Juni, dan Agustus 2022. Hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut. (1) Dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri terjadi penggunaan campur kode ke luar (*outer code mixing*) dengan unsur serapan bahasa Inggris. Campur kode ke luar yang terjadi berupa tataran kata, frasa, dan klausa. (2) Fungsi campur kode dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri meliputi: (a) menyampaikan informasi; (b) menjelaskan; (c) afektif (mengekspresikan perasaan); dan (d) persuasif (membujuk).

Kata Kunci: *Bentuk, Campur Kode, Fungsi*

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan media komunikasi paling efektif yang hanya dimiliki oleh manusia. Dengan bahasa yang dikuasainya, manusia dapat mengutarakan berbagai pesan yang hendak disampaikan pada sesamanya. Mailani, dkk (2022: 2) menjelaskan adanya hubungan yang erat antara bahasa dan komunikasi. Hubungan tersebut yang pertama dapat dilihat dari pengertian bahasa berdasarkan rumusan linguistik, yaitu bahasa sebagai media komunikasi dimanfaatkan manusia untuk dapat saling berinteraksi.

Kedua, dari tinjauan komunikasi, yaitu komunikasi dalam prosesnya membutuhkan suatu media, yaitu bahasa. Hal ini sekaligus menggambarkan peran penting bahasa dalam kehidupan manusia karena manusia tercipta sebagai makhluk sosial, akan kesulitan jika tidak berinteraksi dengan manusia lain. Widianti, dkk (2019: 2) mengungkapkan bahwa bahasa sebagai alat komunikasi dinilai sangat penting bagi manusia untuk berinteraksi sehari-hari.

Manusia sekurang-kurangnya memiliki satu bahasa yang dikuasainya yang biasa

disebut sebagai bahasa ibu. Kemudian manusia pada umumnya akan mempelajari dan menguasai bahasa kedua demi kebutuhannya. Kemampuan manusia menguasai dua bahasa dapat mengakibatkan terjadinya bilingualisme. Risqilah (2021: 505) mengatakan bahwa bilingualisme/kedwibahasaan adalah penggunaan dua bahasa oleh seorang penutur. Sementara itu, istilah bagi penutur yang mampu berkomunikasi menggunakan lebih dari dua bahasa disebut sebagai multilingualisme. Diungkapkan oleh Ardianta (2019) bahwa multilingualisme adalah penggunaan lebih dari dua bahasa oleh seorang penutur dalam proses komunikasi. Seseorang yang bilingual atau multilingual biasanya memiliki maksud dan tujuan tertentu.

Penggunaan bahasa dalam beragam interaksi sosial, bilingualisme, dan multilingualisme menyebabkan peristiwa kontak bahasa, yaitu peristiwa bertemunya suatu bahasa dengan bahasa lain dalam proses komunikasi. Salah satunya dapat terjadi ketika penutur menyisipkan unsur-unsur bahasa yang berbeda ke dalam bahasa dasarnya atau biasa disebut dengan campur kode. Syahfitri, dkk (2021: 276) yang mengartikan bahwa campur kode merupakan pencampuran dua bahasa, satu bahasa diantaranya sebagai kode dasar (kode utama)

dan bahasa lain yang digunakan hanya sebagai sisipan. Kemudian, Sukmana, dkk (2021: 210) mengungkapkan pengertian campur kode sebagai pencampuran atau pemakaian dua bahasa atau lebih pada saat berlangsungnya komunikasi. Tidak terjadi begitu saja, hal ini berkaitan dengan kepribadian penutur, seperti tingkat pendidikan, rasa keagamaan, dan latar belakang sosial. Lebih jelas lagi oleh Rokhman (dalam Fauziyah, dkk, 2019) dijelaskan bahwa campur kode adalah bentuk dari fenomena penggunaan dua jenis bahasa atau lebih dengan cara saling menyisipkan antarunsur bahasa yang satu ke bahasa yang lainnya.

Ciri-ciri terjadinya campur kode menurut Warsiman (2014: 96), yaitu: 1) terjadi korelasi antara penutur dan fungsi kebahasaan, 2) unsur-unsur bahasa yang disisipkan ke dalam bahasa lain tidak lagi memiliki fungsi sendiri. Berdasarkan asal unsur serapannya, terdapat tiga bentuk campur kode, yaitu: 1) campur kode ke dalam (*inner code mixing*) dengan unsur serapan bahasa yang masih satu keturunan, 2) campur kode ke luar (*outer code mixing*) dengan unsur serapan bahasa asing, dan 3) campur kode campuran (*hybrid code mixing*) dengan unsur serapan bahasa sekerabat dan bahasa asing (Suandi, 2014: 140). Kemudian, Jendra (dalam Suandi, 2014: 141) menjelaskan

berdasarkan tingkat kebahasaan, terdapat campur kode berbentuk kata, frasa, dan klausa.

Dilakukannya campur kode saat berkomunikasi memiliki berbagai fungsi. Menurut Nur (2020: 43-44), fungsi campur kode, yaitu untuk membangun suasana yang santai dan humoris, untuk berdakwah dan memberikan nasihat, untuk menyampaikan pesan politik, dan untuk memberikan pemahaman terkait budaya. Guntar (2019: 35-37) menyatakan fungsi campur kode adalah untuk menegaskan maksud, menginformasikan sesuatu, dan mengakrabkan diri. Kemudian, menurut Wakhidah dan Sudaryanto (2019: 273-274), campur kode digunakan dalam menghormati mitra tutur, menyampaikan informasi, dan memperjelas tuturan. Selain itu, menurut Kusnawan & Masrin (2021: 235), fungsi campur kode diantaranya untuk mengakrabkan suasana, kebutuhan kosakata, menghormati lawan tutur, membicarakan topik tertentu, memberikan penegasan, dan mempermudah penyampaian maksud.

Fenomena kebahasaan campur kode banyak terjadi dalam beragam aktivitas komunikasi di media sosial. Hal ini juga dapat dibuktikan dari banyaknya penelitian mengenai campur kode yang terjadi di media sosial. Contohnya, penelitian oleh Oktarina (2019) dengan judul *Kajian Sociolinguistik Campur Kode pada Bahasa Prokem Remaja*

Zaman Sekarang dalam Media Sosial Instagram. Kemudian, Hikam, dkk (2021) dengan penelitiannya yang berjudul *Analisis Fenomena Campur Kode dan Alih Kode pada Media Sosial Twitter*. Selain itu, penelitian yang dilakukan Wahyuni dan chadijah (2021) dengan judul *Analisis Penggunaan Campur Kode Komentar Warganet dalam Media Sosial Facebook*. Selain di Instagram, Twitter, dan Facebook, campur kode juga terjadi di media sosial TikTok. Tidak sedikit para pengguna TikTok saling menunjukkan kelebihan dan kreatifitasnya dalam berbahasa ke dalam sebuah konten untuk menarik perhatian warganet. Selain untuk hiburan, dilakukannya pencampuran bahasa oleh para pengguna TikTok juga dimaksudkan untuk edukasi. Salah satu konten edukasi bahasa yang banyak ditonton oleh warganet adalah konten berjudul *Wanderlearn* milik akun TikTok Eranitri.

Penggunaan campur kode dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri menjadi hal menarik untuk diteliti. Konten *Wanderlearn* menjadi ide kreatif akun TikTok Eranitri dalam membuat konten edukasi untuk mengajari warganet bahasa Inggris. Konten ini dikemas dengan konsep mengajak penonton untuk menjelajahi dunia sekaligus mempelajari bahasa Inggris secara interaktif dan menyenangkan. Kreator konten membagikan video pengalaman perjalanannya, dilengkapi dengan rekaman

suara yang menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris secara bersamaan. Dengan menggabungkan dua bahasa tersebut, kreator konten melakukan campur kode sebagai cara efektif untuk mengajarkan bahasa Inggris kepada para penontonnya. Berkat idenya ini, akun TikTok Eranitri mendapatkan perhatian dan respon positif dari warganet. Terutama oleh warganet Indonesia yang berminat mempelajari bahasa Inggris.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) bentuk campur kode apa saja yang terdapat dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri? dan 2) fungsi campur kode apa saja yang terdapat dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri? Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bentuk campur kode dan fungsi campur kode dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti dalam mendalami pengetahuan terkait ilmu kebahasaan bidang sosiolinguistik, khususnya campur kode.

Terdapat beberapa penelitian lain yang relevan dengan kajian ini. Pertama, oleh Linda dan Rumilah (2019) dengan judul *Campur Kode Ceramah Ustadzah Mumpuni Handayani: Analisis Sosiolinguistik*. Pada penelitian ini ditemukan penggunaan campur kode ke dalam dengan penggunaan: 1) kata

bahasa Bali, 2) kata bahasa Jawa, 3) frasa bahasa Jawa, dan 4) klausa bahasa Jawa. Ditemukan juga penggunaan campur kode ke luar pada penggunaan: 1) kata bahasa Arab, 2) frasa bahasa Arab, 3) klausa bahasa Arab, dan 4) kata bahasa Indonesia. Selanjutnya, penelitian oleh Hestiyana (2019) berjudul *Bentuk dan Fungsi Campur Kode dalam Transaksi Jual-Beli di Pasar Arjowinangun Pacitan*. Hasil penelitian ini menemukan beberapa bentuk dari campur kode, yaitu: 1) kata, 2) kelompok kata, 3) kata ulang, 4) klausa, dan 5) idiom, sedangkan fungsi campur kodenya, yaitu untuk menghormati pembeli dan untuk menjelaskan. Kemudian, penelitian yang dilakukan Fikri dan Sariah (2021) dengan judul *Analisis Campur Kode di Jejaring Sosial Twitter*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa orang Indonesia di jejaring sosial Twitter melakukan campur kode tipe kata, frasa, klausa, dan hibrida dengan alasan membicarakan topik tertentu, mengutip orang lain, menunjukkan empati atau solidaritas, menjelaskan isi ujaran, mengungkap identitas grup, melembutkan atau menegaskan ujaran, adanya kebutuhan leksikal, dan membatasi audiens.

Tampak adanya persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu sama-sama terfokus pada bentuk dan fungsi campur kode. Sementara perbedaannya terletak pada

penggunaan sumber data. Penelitian ini mengkaji penggunaan campur kode dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian Kualitatif merupakan suatu strategi *inquiry* yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif (Yusuf, 2014: 329). Data dalam penelitian ini berupa tuturan-tuturan yang mengandung campur kode. Sumber data dalam penelitian ini adalah video konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri yang diunggah di bulan Maret, Juni, dan Agustus 2022. Peneliti merupakan instrumen utama dalam penelitian ini. Sebagai *human instrument*, peneliti menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya (Hardani, 2020: 117). Adapun instrumen pendukung yang digunakan yaitu kartu data untuk transkripsi data.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, dokumentasi, simak, dan transkripsi, yang dilakukan dengan cara

mencari beberapa video konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri kemudian video tersebut diunduh. Setelah menemukan video tersebut, kemudian dilakukan penyimakan dan pentranskripsian data. Teknik transkripsi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengubah rekaman data dari bentuk bunyi/lisan ke dalam bentuk tulisan (Sugiyono, 2011: 240). Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis, yaitu dengan: a) memilah data, b) mengklasifikasi data, c) mengelompokkan data sesuai kategori, d) mendeskripsikan data, dan e) membuat simpulan.

HASIL PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyimakan dan pentranskripsian peneliti pada video konten *Wanderlearn* yang diunggah di bulan Maret, Juni, dan Agustus 2022, peneliti memilih tiga episode yang ditetapkan sebagai sumber penelitian. Tiga episode terpilih antara lain: 1) episode ke-1 dengan judul *Nonton Vlog Sekalian Belajar Bahasa Inggris*, 2) episode ke-16 dengan judul *Glamping dengan View Danau dan Gunung Batur*, dan 3) episode ke-22 dengan judul *Motoran ke Lombok*.

Bentuk Campur Kode

1. Berdasarkan Asal Unsur Serapan

Ditemukan bentuk campur kode ke luar (*outer code mixing*) dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri. Menurut Suandi (2014: 140-

141), campur kode ke luar (*outer code mixing*) adalah campur kode yang menyerap unsur-unsur bahasa asing. Campur kode ke luar dalam konten *Wandearlearn* seluruhnya menyerap unsur bahasa Inggris. Beberapa contoh datanya sebagai berikut.

1) “*Ini wajib banget, sih, kalian masukan ke bucket list kalau kalian ke Bali.*”

(eps.1)

Tuturan di atas menunjukkan terjadinya penggunaan campur kode ke luar. Adanya pemakaian bahasa Indonesia dan unsur bahasa asing, yaitu bahasa Inggris. Penutur menyisipkan *bucket list* yang dapat diartikan *daftar keinginan*.

2) “*It’s such a bummer kalau kalian pernah ke Bali, tapi never been to Kintamani.*”

(eps.16)

Dari data tersebut terlihat adanya penggunaan campur kode ke luar, yakni penyerapan unsur bahasa Inggris. Penutur menyisipkan *It’s such a bummer* yang dapat diartikan *itu sangat menyedihkan* dan *never been to-* yang berarti *belum pernah ke-*.

3) “*It’s Not recommended buat nyebrang di malam hari karena semua orang tu kaya taking up more space buat tidur.*”

(eps.22)

Tuturan tersebut adalah contoh lainnya dari penggunaan campur

kode ke luar antara bahasa Indonesia dengan unsur Inggris. Penutur menyisipkan *It’s Not recommended* yang dapat diartikan *itu tidak direkomendasikan* dan *taking up more space* yang berarti *mengambil lebih banyak ruang*.

2. Berdasarkan Kebahasaan

a. Tataran Kata

Menurut KBBI, kata merupakan satuan bahasa yang dapat berdiri sendiri. Campur kode pada tataran kata biasanya lebih sering terjadi. Berikut beberapa contoh campur kode tataran kata dalam konten *Wanderlearn*.

1) “*Kamarnya, sih, emang ga spacious, tapi ngga sempit juga dan super nyaman banget.*”

(eps.1)

Pada contoh data tersebut terdapat campur kode berupa kata *spacious* yang dalam bahasa Indonesia berarti *luas*.

2) “*Paginya ternyata foggy banget.*”

(eps.16)

Tuturan tersebut mengandung campur kode berupa kata *foggy* yang dalam bahasa Indonesia berarti *berkabut*.

3) “*Eh, unexpectedly satu jam kemudian awannya started to disappear dan*

matahari juga mulai keliatan, jadi kita langsung take as many pictures as possible."

(eps.22)

Berdasarkan tuturan tersebut, terlihat adanya campur kode berupa kata *unexpectedly* yang dalam bahasa Indonesia berarti *tiba-tiba*.

b. Tataran Frasa

Dalam KBBI, frasa diartikan sebagai gabungan dua kata atau lebih yang bersifat nonpredikatif. Di bawah ini beberapa contoh campur kode tataran frasa dalam konten *Wanderlearn*.

1) *"Yang uniknya lagi, furnitur dan dekorasi di kamarnya itu, semua custom made."*

(eps.1)

Tuturan di atas menunjukkan campur kode berbentuk frasa bahasa Inggris *custom made* yang berarti *dibuat khusus*.

2) *"Kecintaanku sama Kintamani is growing even more saat tau Bobocabin sekarang udah ada di Kintamani."*

(eps.16)

Tuturan tersebut mengandung campur kode berbentuk frasa *is growing even more* yang dalam bahasa Indonesia berarti *semakin bertambah*.

3) *"Plus kalau malem gelombang lautnya itu get stronger."*

(eps.22)

Data tersebut menunjukkan campur kode berbentuk frasa *get stronger* yang berarti *menjadi lebih kuat* dalam bahasa Indonesia.

c. Tataran Klausa

Menurut KBBI, klausa merupakan satuan gramatikal yang mengandung predikat dan berpotensi menjadi kalimat. Beberapa contoh campur kode tataran klausa dalam konten *Wanderlearn* adalah sebagai berikut.

1) *"Oke, jadi suatu hari, ketika aku lagi strolling around Ubud, I saw this unusual yet unique building."*

"Unusual" itu artinya tidak biasa."

(eps.1)

Data di atas menunjukkan adanya campur kode berupa klausa *I saw this unusual yet unique building* yang dapat diartikan *aku melihat bangunan yang tak biasa tapi unik ini*.

2) *"Dan karena aku masih craving something hot, jadi for breakfast aku order hotpot. I'm not gonna lie, tapi ini syahdu banget."*

(eps.16)

Tuturan di atas menunjukkan campur kode berupa klausa *I'm*

not gonna lie yang berarti *aku tidak akan berbohong*.

- 3) “*Sayangnya, waktu itu super duper cloudy dan ngga ada sinyal. Jadinya, kita rebahan aja sekalian peregang otot, cause I think we deserve it. Eh, unexpectedly satu jam kemudian awannya started to disappear dan matahari juga mulai keliatan.*”
(eps.22)

Data tersebut menunjukkan campur kode berupa klausa *Cause I think we deserve it* yang dapat diartikan *karena aku pikir kita layak mendapatkan itu*.

Fungsi Campur Kode

Fungsi Campur kode dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri adalah sebagai berikut.

1. Menyampaikan Informasi

“*Aku jadi wondering “who was the architect?”.* Yap, kata ini di bahasa Inggris dibaca ‘*ärkə, tekt. ’ärkə, tekt.* Dan bidangnya disebut *architecture.*”
(eps.16)

Pada tuturan tersebut, penutur melakukan campur kode untuk menyampaikan informasi. Informasi yang disampaikan yaitu mengenai cara membaca kata bahasa Inggris *architect* yang dalam bahasa Indonesia disebut *arsitek*. Penutur juga menyampaikan informasi terkait bidang arsitektur yang

disebut *architecture* dalam bahasa Inggris.

2. Menjelaskan

“*So, seperti yang kalian liat di video sebelumnya, kalo aku ke Lombok dari Bali itu by motor bike. First thing first kita pergi ke Padang by port di Karang asem Bali. Ferry fare-nya kalau buat motor itu Rp. 150.000 dan sudah include for two passenger.*”
(eps.22)

Pada tuturan di atas, penutur melakukan campur kode untuk menjelaskan. Penutur menjelaskan terkait perjalanannya menuju Lombok dari Bali *by motor bike* atau *dengan motor*. Dilanjutkan dengan penjelasan, “*First thing first* (pertama-tama) kita pergi ke Padang *by port* (melalui pelabuhan) di Karang asem Bali. *Ferry fare-nya* (tarif ferinya) kalau buat motor itu Rp.150.000 dan sudah *include for two passenger* (termasuk untuk dua penumpang).”

3. Afektif (Mengekspresikan Perasaan)

“*Kalau aku stay di cabin yang ngga ada hot tub. But, I’m super in love karena bentuknya itu panggung gitu.*”
(eps.1)

Pada contoh tuturan di atas, penutur melakukan tindak campur kode untuk mengekspresikan perasaannya. Perasaan yang disampaikan penutur adalah perasaan sukanya menginap di kabin panggung. Lebih lengkapnya, penutur

menyampaikan bahwa ia *stay* (menginap) di *cabin* (kabin) yang tidak ada *hot tub* (bak mandi air panas). *But* (tapi), ia *super in love* (suka sekali) karena bentuknya panggung.

4. Persuasif (Membujuk)

“Kalian yang udah ke Kintamani, pernah kemana aja? *Let me know in the comment.* Oh, iya, *tag* juga seseorang yang mau kamu ajakin kesini di komen.”
(eps.16)

Pada tuturan tersebut, penutur melakukan campur kode untuk membujuk. *Let me know in the comment* dapat diartikan *beri tahu saya di komentar* dan meminta untuk *tag* atau *menandai* seseorang yang akan diajak.

SIMPULAN

Dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri terjadi penggunaan campur kode. Berdasarkan asal unsur serapannya, campur kode yang terjadi berbentuk campur kode ke luar (*outer code mixing*) yang seluruhnya menggunakan bahasa Inggris. Sedangkan berdasarkan kebahasaan, campur kode yang digunakan berbentuk tataran kata, tataran frasa, dan tataran klausa. Adapun fungsi campur kode dalam konten *Wanderlearn* pada akun TikTok Eranitri adalah untuk menyampaikan informasi, untuk menjelaskan, afektif atau untuk mengekspresikan perasaan, dan persuasif

atau untuk membujuk. Fungsi-fungsi tersebut sesuai dengan konsep konten *Wanderlearn* milik akun TikTok Eranitri.

Peristiwa campur kode sering kali ditemui dalam berbagai aktivitas interaksi sosial. Terlebih lagi terjadinya campur kode memiliki fungsi atau faktor tertentu yang melatarbelakangi. Oleh karena itu, penelitian mengenai campur kode dapat terus diperluas dengan memilih subjek yang belum pernah diteliti sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianta, S., Ftik, D., & Jember, I. (2019). PENGARUH MULTILINGUALISME DALAM DUNIA PENDIDIKAN TERHADAP NASIONALISME PESERTA DIDIK DAN KAIDAH BAHASA INDONESIA. *PARAMUROBI: JURNAL PENDIDIKAN AGAMA ISLAM*, 2(2), 5–13.
<https://doi.org/10.32699/PARAMUROBI.V2I2.1293>
- Fauziyah, A., Indrya Mulyaningsih, dan, & Syekh Nurjati Cirebon, I. (2019). Fenomena Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Angkutan Umum (ELF) Jurusan Sindang Terminal_Harjamukti Cirebon. *SeBaSa*, 2(2), 79–90.
<https://doi.org/10.29408/SBS.V2I2.1334>
- Fikri, M. F., & Sariah, S. (2021). ANALISIS CAMPUR KODE DI JEJARING SOSIAL TWITTER. *Kadera Bahasa*, 13(1), 13–27.
<https://doi.org/10.47541/kaba.v13i1.182>

- Guntar, E. L. (2019). Campur Kode dan Alih Kode Tim Pewawancara dengan Peserta Wawancara Beasiswa “PIB Berbagi” Tahun Akademik 2018-2019 di Politeknik Internasional Bali. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(1), 29–38. <http://dx.doi.org/10.26737/jp-bsi.v4i1.926>
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hestiyana, H. (2019). BENTUK DAN FUNGSI CAMPUR KODE DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI DI PASAR ARJOWINANGUN PACITAN. *GENTA BAHTERA: Jurnal Ilmiah Kebahasaan Dan Kesastraan*, 5(1), 18–34. <https://doi.org/10.47269/GB.V5I1.78>
- Hikam, F. F., Santoso, F. V., & Mahdi, M. (2021). ANALISIS FENOMENA CAMPUR KODE DAN ALIH KODE PADA MEDIA SOSIAL TWITTER. *Prosiding Seminar Nasional Sasindo*, 2(1). <https://doi.org/10.32493/SNS.V2I1.16702>
- KBBI. (2018). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Diakses dari: kbbi.kemdikbud.go.id
- Kusnawan, E., & Masrin, M. (2021). Alih Kode dan Campur Kode pada Novel Cinta Dalam Diam Karya Shineeminka. *Diskursus: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 4(3), 228–237. <https://doi.org/10.30998/DISKURSUS.V4I3.10812>
- Linda, I. A., & Rumilah, S. (2019). Campur kode ceramah ustadzah Mumpuni Handayani: analisis sosiolinguistik. *Suluk: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 1(2), 94–99. <https://doi.org/10.15642/suluk.2019.1.2.94-99>
- Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., Lazuardi, J., & Komunikasi, P. I. (2022). Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Dalam Kehidupan Manusia. *Kampret Journal*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.35335/KAMPRET.V1I1.8>
- Nur, T. (2020). CAMPUR KODE DAN ALIH KODE PADA RUBRIK “NAH INI DIA” DALAM HARIAN POS KOTA. *Pujangga*, 5(1), 36–46. <https://doi.org/10.47313/PUJANGGA.V5I1.730>
- Oktarina, S. E. (2019). KAJIAN SOSIOLINGUISTIK CAMPUR KODE PADA BAHASA PROKEM REMAJA ZAMAN SEKARANG DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Seminar Nasional Literasi*, 4(1). <http://conference.upgris.ac.id/index.php/snl/article/view/809>
- Risqilah, N. (2021). BILINGUALISME DALAM ACARA TV ORANG PINGGIRAN TRANS 7 DAN IMPLIKASINYA DENGAN PEMBELAJARAN TEKS DEBAT KELAS X SMA. *Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 1(1), 505–510. <https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/kip/article/view/766>
- Sinta, T., Direktorat, K., Riset, J. P., Pengembangan, D., Riset, K., Dan, T., Tinggi, P., Sukmana, A. A., Ratu

- Wardarita, H., Ardiansyah, A., Studi, P., Pendidikan, M., & Indonesia, B. (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://doi.org/10.24176/KREDO.V5I1.5872>
- Suandi, N. (2014). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahfitri, D., Suaibah, Manalu, P. M., & Devitasari, L. (2021). ANALISIS CAMPUR KODE PADA FILM PARIBAN: IDOLA DARI TANAH JAWA DAN EKSISTENSINYA DALAM PEMBELAJARAN SASTRA. *Diglosia: Jurnal Pendidikan, Kebahasaan, Dan Kesusastraan Indonesia*, 5(1), 276.
<https://jurnal.unma.ac.id/index.php/dl/article/view/2638/2173>
- Wahyuni, R. S., & Chadijah, S. (2021). ANALISIS PENGGUNAAN CAMPUR KODE KOMENTAR WARGANET DALAM MEDIA SOSIAL FACEBOOK. *Jurnal Teknologika*, 11(2), 80–87.
<https://doi.org/10.51132/TEKNOLOGI.KA.V11I2.127>
- Wakhidah, S., Keguruan dan Ilmu Pendidikan, F., & Ahmad Dahlan, U. (2019). Analisis Campur Kode dalam Iklan Daring Lazada Edisi April 2019: Kajian Sosiolinguistik. *Deiksis*, 11(03), 269–275.
<https://doi.org/10.30998/DEIKSIS.V11I03.3852>
- Warsiman. (2014). *Sosiolinguistik: Teori dan Aplikasi dalam Pembelajaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Widianti, N., Rivaldi, S. A., Zaman, Sriyati, & Priambudi, W. (2019). MOTIVASI TEMAN SEJAWAT TERHADAP PENGIMPLEMENTASIAN BAHASA INDONESIA DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI PEMBELAJAR BIPA. *Metabahasa: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2Widianti,(2), 1–5.
<http://journal.stkipyasika.ac.id/metabahasa/article/view/19>
- Yusuf. A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.