

CAMPUR KODE DALAM KANAL *YOUTUBE* *PODKESMAS* DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA

Nur Sasqiati Tania¹, Chadis², Syarifudin³

^{1,2,3}Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Indraprasta PGRI

nursasqiatitania@gmail.com, ignasiuschadis@gmail.com, tbmlentera.pustaka@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan jenis-jenis campur kode dalam kanal *Youtube Podkesmas* dan implikasinya terhadap pembelajaran bahasa Indonesia. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik simak catat sebagai alat pengumpulan data. Instrumen penelitian ini menggunakan tabel instrument dan tabel persentase. Hasil penelitian ini menunjukkan jenis campur kode yang ditemukan dalam kanal *Youtube Podkesmas*, yaitu campur kode ke dalam sebanyak 11 temuan setara 18,96% yang menggunakan bahasa Indonesia dengan bahasa Betawi, bahasa Sunda, dan bahasa Jawa; campur kode ke luar sebanyak 38 temuan setara 65,52% yang menggunakan bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, dan bahasa Tionghoa; dan campur kode campuran sebanyak 9 temuan setara 15,52% dengan penggunaan bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, bahasa Betawi, bahasa Sunda, dan bahasa Jawa. Total temuan campur kode sebanyak 58 data. Hasil penelitian ini memiliki implikasi terhadap pembelajaran bahasa Indonesia, khususnya pada “Membuat Iklan” bagi siswa SMP kelas VIII dalam Kurikulum Merdeka.

Kata Kunci: Campur Kode, Jenis-jenis Campur Kode, *Youtube*

Abstract

This study aims to identify and describe the types of code mixing in the Podkesmas Youtube channel and its implications for Indonesian language learning. The research was conducted using a descriptive qualitative method with a note-taking technique as a data collection tool. This research instrument uses an instrument table. The results of this study show the types of code mixing found in the Podkesmas Youtube channel, namely 11 internal code mixing findings equivalent to 18.96% using Indonesian with Betawi, Sundanese, and Javanese; 38 external code mixing findings equivalent to 65.52% involving Indonesian with English, and Chinese; and 9 mixed code mixing findings equivalent to 15.52% using Indonesian with English, Betawi, Sundanese, and Javanese. The total findings of code mixing were 58 data. The results of this study have implications for Indonesian language learning, especially in "Creating Advertisements" for junior high school students in grade VIII in the Merdeka Curriculum.

Keywords: Code Mixing, Types of Code Mixing, *Youtube*

PENDAHULUAN

Komunikasi erat kaitannya dengan bahasa, tanpa bahasa manusia akan mengalami kesulitan dalam berkomunikasi karena bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi, manusia dapat menyampaikan pesan dengan bahasa. Pada umumnya masyarakat Indonesia menguasai lebih dari satu bahasa. Saat manusia berinteraksi akan ditemukan berbagai ragam bahasa yang digunakan, baik secara bilingual maupun multilingual. Bilingual atau kedwibahasaan merupakan penggunaan dua bahasa yang sering ditemui dimasyarakat, sedangkan multilingual adalah penggunaan beberapa bahasa dalam komunikasi. Salah satu peristiwa kebahasaan yang berkaitan dengan masyarakat bilingual dan multilingual yaitu campur kode.

Campur kode merupakan penggunaan variasi bahasa dalam satu ujaran tanpa tujuan khusus. Menurut (Chaer, 2010) (Tyas dkk., 2023) campur kode adalah peristiwa yang terjadi ketika dua bahasa atau lebih bahkan dua varian dari dua bahasa yang sama, digunakan secara bersamaan dalam komunikasi oleh komunitas tutur, baik dalam komunikasi sehari-hari atau dalam kondisi sosial lainnya. Menurut (Suandi, 2014) (Mita dkk., 2023) berpendapat berdasarkan asal unsur yang digunakan, terdapat tiga jenis campur kode, yaitu campur kode ke dalam (*inner code mixing*), campur kode ke luar (*outer code mixing*), dan campur kode campuran (*hybrid code mixing*). Campur kode tidak hanya terjadi dalam komunikasi sehari-hari, tetapi secara luas dapat ditemukan dalam media massa dan berbagai media komunikasi lainnya. Salah satu yang akan penulis ambil dalam penelitian ini adalah campur kode dalam media massa *Youtube* yang saat ini banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat.

Youtube merupakan salah satu media massa, khususnya media *online* yang menyajikan berbagai jenis konten video. Sebagai media sosial yang menyajikan konten dalam video, *Youtube* memiliki peran yang penting dalam kehidupan masyarakat saat ini. Salah satu kanal *Youtube* yang menggunakan campur kode adalah *Podkesmas*. *Podkesmas* merupakan singkatan dari *Podcats Kesehatan Masyarakat*, yaitu sebuah program *podcast* yang dipandu oleh empat tokoh publik, ada Imam Darto, Angga Nggok, Surya Imsomnia, dan Ananda Omesh. Salah satu faktor terjadinya campur kode dalam kanal *Youtube* ini adalah latar belakang sosial penutur yang berasal dari lingkungan perkotaan, terbiasa menggunakan lebih dari satu bahasa, serta memiliki pengaruh kuat dari budaya luar. Selain itu, penggunaan campur kode juga dipengaruhi oleh gaya komunikasi, identitas kelompok sosial, dan informasi dari media sosial yang menyebabkan pencampuran bahasa Indonesia dengan bahasa asing maupun bahasa daerah dalam percakapan mereka. Temuan awal penelitian penggunaan campur kode dalam kanal *Youtube Podkesmas*:

“Eh liburan gimana nih *guys*?” “Engga ada liburan, orang belum liburan. Oh kemarin *long weekend* ya, kita ya?”. Kalimat tersebut merupakan campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, yaitu *guys* dan *long weekend* yang berarti “teman-teman” dan “akhir pekan yang panjang”. Hal ini termasuk jenis campur kode ke luar karena campur kode ke luar menyerap unsur-unsur bahasa asing ke dalam bahasa yang digunakan. Kata *guys* mengandung arti panggilan untuk teman laki-laki, lalu kata *long weekend* dalam bahasa Indonesia memiliki arti akhir pekan yang panjang.

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Nabila Wahyuning Tyas dkk., (2023) dan Liza Sas Mita dkk., (2023). Kedua penelitian tersebut sama-sama membahas mengenai jenis-jenis campur kode. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada fokus dan objek kajiannya, penelitian oleh Nabila Wahyuning Tyas dkk. sebagai bahan ajar materi teks ulasan, sedangkan penelitian oleh Liza Sas Mita dkk. tidak hanya menyoroiti campur kode, tetapi juga membahas fenomena alih kode.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk penggunaan campur kode yang terdapat dalam kanal *YouTube Podkesmas* dan implikasinya terhadap pembelajaran bahasa Indonesia. Penggunaan campur kode menunjukkan adanya perkembangan dalam berbahasa. Namun, hal ini juga menimbulkan kekhawatiran terhadap pemertahanan dan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, terutama bagi pelajar. Ciri kebahasaan ini layak dijadikan fokus penelitian dalam linguistik, terutama dalam sociolinguistik, dan kaitannya dengan proses pembelajaran

bahasa Indonesia. Penggunaan campur kode dalam iklan dapat membantu siswa memahami variasi bahasa untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif dan jelas.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2018). Penelitian ini berfokus pada tuturan dalam video *Youtube Podkesmas* baik pembawa acara maupun bintang tamu. Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* dipilih untuk mendapatkan sampel yang relevan dengan penelitian, sedangkan *snowball sampling* digunakan untuk mengembangkan jumlah sampel berdasarkan rekomendasi dari sampel awal.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah tabel pengumpulan data dan tabel persentase data. Tabel pengumpulan data digunakan untuk mengelompokkan jenis campur kode. Tabel persentase data digunakan untuk menganalisis data yang sudah dikumpulkan dalam tabel pengumpulan data. Validasi data dan reliabilitas data dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada (Sugiyono, 2017) (Setiawan, 2018). Ada tiga macam triangulasi yang digunakan, yaitu triangulasi sumber, menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber; triangulasi teknik, menguji keabsahan data yang dilakukan dengan cara mengecek data terhadap sumber yang sama dengan teknik yang berbeda; dan triangulasi waktu, melakukan pengecekan ulang dalam waktu yang berbeda. Prosedur penelitian ini yaitu memilih permasalahan, membuat instrumen penelitian, mengumpulkan data, menganalisis, dan menyimpulkan. Rencana analisis data yang telah dikumpulkan akan diidentifikasi dan diklasifikasikan sesuai jenis campur kode. Data kemudian dianalisis guna menghitung persentase dari tiap jenis campur kode. Hasil analisis lalu diuraikan dan disimpulkan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang penggunaan campur kode dalam video yang diteliti. Penelitian ini memiliki keterbatasan, seperti pengetahuan serta ilmu peneliti dalam menyusun dan melaksanakan penelitian ini, keterbatasan waktu yang dimiliki peneliti menyebabkan fokus penelitian ini hanya terbatas pada jenis campur kode, keterbatasan data yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil dan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tabel instrumen campur kode untuk menyajikan data. Tabel tersebut memaparkan temuan dari tiap percakapan yang dianalisis dalam kanal *Youtube Podkesmas*. Berikut adalah temuan penelitian yang peneliti temukan.

Tabel 1 Temuan Campur Kode dalam Kanal *Youtube Podkesmas*

No	Tuturan	Judul Episode	Jenis Campur Kode		
			D	L	C
1.	“Gua dari awal, gua ngeliat Mas Darto. Ini ini bercandaan kaya gua kenal gitu.” (3:26-3:30)	SHOWKESMAS – APAKAH INI ALASAN DIKTA BELUM NIKAH?	✓		

No	Tuturan	Judul Episode	Jenis Campur Kode		
			D	L	C
2.	“Jadi gua kaya, yaudah ee <i>appointment</i> karena kan waktu itu gua sendiri.” (9:23-9:26)	SHOWKESMAS – APAKAH INI ALASAN DIKTA BELUM NIKAH?		✓	
3.	“Pertama kali di OS karena kan dia ya waktu itu kan pertama kali <i>interview</i> terus udah gitu yaudah, akhirnya kita sering <i>intens.</i> ” (13:57-14:03)	SHOWKESMAS – APAKAH INI ALASAN DIKTA BELUM NIKAH?		✓	
4.	“Ada ada ee sisi cewenya karena ih <i>sweet</i> banget sih dia main sama kucing, tapi ada gagahnya, ih ya Allah naik motor ganteng banget. (15:22-15:36)	SHOWKESMAS – APAKAH INI ALASAN DIKTA BELUM NIKAH?		✓	
5.	“ <i>Kawin</i> kalo menurut gua nih, kenapa orang Indonesia nih seneng banget <i>kawin</i> . Lu umur segini lu, itu tuh <i>culture</i> tau engga lu. Takut banget entar umur lu segini, anak lu, emang kenapa kalau umur gua 60, anak gua umur setahun?” (21:26-21:39)	SHOWKESMAS – APAKAH INI ALASAN DIKTA BELUM NIKAH?			✓

D : Campur Kode ke dalam

L : Campur Kode ke luar

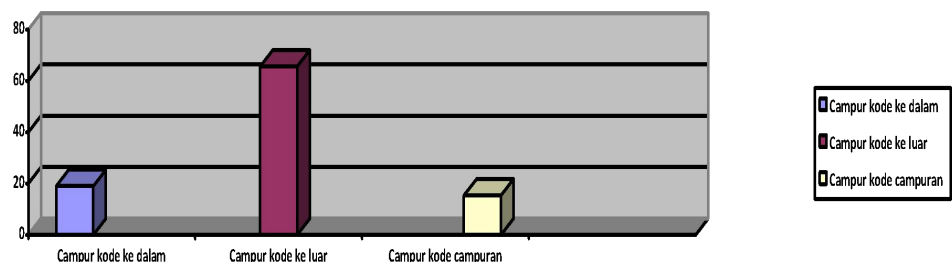
C : Campur Kode Campuran

Berdasarkan tabel 1 yang berisi instrumen temuan menunjukkan bahwa terdapat penggunaan campur kode dalam kanal *Youtube Podkesmas*, meliputi jenis campur kode ke dalam (*inner code mixing*) 11 temuan, campur kode ke luar (*outer code mixing*) 38 temuan, dan campur kode campuran (*hybrid code mixing*) 9 temuan. Dengan demikian, jumlah temuan yang ditemukan sebanyak 58 temuan.

Tabel 2 Data Persentase Campur Kode

No	Jenis-jenis Campur Kode	Jumlah	Persentase
1.	Campur kode ke dalam	11	18,96%
2.	Campur kode ke luar	38	65,52%
3.	Campur kode campuran	9	15,52%
	Jumlah	58	100%

Gambar 1 Diagram Rekapitulasi Campur Kode dalam Kanal *Youtube Podkesmas*



Berdasarkan data persentase campur kode yang ditemukan dalam kanal *Youtube Podkesmas*, diperoleh bahwa campur kode ke dalam (*inner code mixing*) 11 temuan setara 18,96%, campur kode ke luar (*outer code mixing*) 38 temuan setara 65,52%, dan campur kode campuran (*hybrid code mixing*) 9 temuan setara 15,52%. Secara keseluruhan, jumlah campur kode 58 temuan setara 100%. Berdasarkan persentase dapat disimpulkan bahwa campur kode ke luar paling banyak ditemukan dalam kanal *Youtube Podkesmas*.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil temuan yang telah disajikan dalam tabel 1, kemudian dilakukan pembahasan. Tujuan pembahasan ini untuk memperjelas dan memperdalam pemahaman terhadap hasil temuan yang didapatkan dari kanal *Youtube Podkesmas*, adapun hasil analisis temuan tersebut sebagai berikut.

a. Campur Kode ke Dalam (*Inner Code Mixing*)

Menurut (Azizah dkk., 2024) campur kode ke dalam (*inner code mixing*) merujuk pada situasi seorang penutur menyisipkan bahasa daerah ke dalam percakapan yang umumnya menggunakan bahasa utama. Hal ini terjadi ketika kata, frasa, atau kalimat dalam bahasa daerah disisipkan ke dalam percakapan tanpa mengubah struktur bahasa utama yang digunakan.

Data (1):

Gua dari awal, gua ngeliat *Mas* Darto. Ini ini bercandaan kaya gua kenal gitu. (3:26-3:30)

Analisis:

Data tersebut mengandung unsur campur kode ke dalam karena adanya penggunaan bahasa daerah dalam tuturan tersebut, khususnya pada penggunaan kata *Mas* yang berasal dari bahasa Jawa. Dalam bahasa Indonesia, kata *Mas* digunakan sebagai sapaan kepada saudara laki-laki yang lebih tua atau orang yang dianggap lebih tua.

b. Campur Kode ke Luar (*Outer Code Mixing*)

Campur kode ke luar (*outer code mixing*) adalah campur kode yang menyerap unsur-unsur bahasa asing, contohnya bahasa Inggris dan bahasa Arab, disisipkan ke dalam percakapan yang menggunakan bahasa utama (Cahyani, 2024). Dapat penulis pahami dari pendapat di atas campur kode ke luar (*outer code mixing*) merupakan jenis campur kode yang terjadi ketika unsur-unsur bahasa asing, disisipkan ke dalam percakapan yang menggunakan bahasa utama. Penyisipan tersebut tidak mengubah struktur dasar bahasa utama yang digunakan.

Data (2):

Jadi gua kaya, yaudah ee *appointment* karena kan waktu itu gua sendiri. (9:23-9:26)

Analisis:

Data tersebut mengandung campur kode ke luar dengan penyisipan kata *appointment* dalam tuturan bahasa Indonesia. Kata *appointment* berasal dari bahasa Inggris dan memiliki arti janji atau pertemuan yang merujuk pada suatu kesepakatan untuk bertemu pada waktu tertentu.

c. Campur Kode Campuran (*Hybrid Code Mixing*)

Menurut (Madani, 2020) campur kode campuran (*hybrid code mixing*) merupakan campur kode yang menggabungkan unsur-unsur bahasa daerah dan bahasa asing dalam percakapan. Pendapat ini menjelaskan bahwa campur kode terjadi ketika unsur-unsur bahasa daerah dan bahasa asing digabungkan dalam percakapan, menciptakan campuran antara dua jenis bahasa dalam komunikasi.

Data (5):

Kawin kalo menurut gua nih, kenapa orang Indonesia nih seneng banget *kawin*. Lu umur segini lu, itu tuh *culture* tau engga lu. Takut banget entar umur lu segini, anak lu, emang kenapa kalau umur gua 60, anak gua umur setahun? (21:26-21:39)

Analisis:

Data tersebut mengandung campur kode campuran karena adanya bahasa daerah dan bahasa asing dalam tuturan tersebut, yaitu pada kata *kawin* dan *culture*. Kata *kawin* berasal dari bahasa Jawa yang memiliki arti membawa pengantin perempuan ke rumah

pengantin laki-laki dan *culture* berasal dari bahasa Inggris yang artinya budaya dalam bahasa Indonesia.

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan terdapat tiga jenis, yaitu campur kode ke dalam (*inner code mixing*), campur kode ke luar (*outer code mixing*), dan campur kode campuran (*hybrid code mixing*). Ketiga jenis ini tidak hanya menunjukkan variasi bentuk secara linguistik, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial dan budaya yang melatarbelakangi cara pembawa acara dan bintang tamu berinteraksi, berhumor, serta membangun kedekatan dengan penonton. Dengan demikian, klasifikasi tersebut menjadi landasan awal untuk memahami strategi berbahasa dalam kanal *Youtube Podkesmas*, merepresentasikan realita komunikasi masyarakat urban masa kini.

Campur kode dalam kanal *Youtube Podkesmas* terjadi karena disebabkan oleh faktor linguistik dan sosiolinguistik. Salah satu yang melatarbelakangi terjadinya campur kode adalah kondisi sosial pembawa acara dan bintang tamu yang hidup di kota dan terbiasa menggunakan dua bahasa atau lebih. Pembawa acara dan bintang tamu terbiasa berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia, bahasa asing, dan bahasa daerah dalam kehidupan sehari-hari, baik formal maupun informal. Campur kode juga digunakan untuk memperkuat ekspresi dan memperluas gaya komunikasi. Kanal *Youtube Podkesmas* memiliki gaya komunikasi yang santai dan menghibur, pencampuran bahasa yang tidak disengaja dapat dimanfaatkan untuk menghadirkan kesan lucu, menegaskan emosi, serta menyesuaikan gaya bicara agar lebih menarik.

C. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti mengidentifikasi adanya penggunaan campur kode dalam kanal *Youtube Podkesmas* dan memiliki implikasi terhadap pembelajaran bahasa Indonesia, khususnya pada materi “Membuat Iklan, Slogan, dan Poster” dengan fokus pada pokok bahasan “Membuat Iklan” bagi siswa SMP kelas VIII dalam Kurikulum Merdeka merujuk pada Capaian Pembelajaran (CP) fase D.

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap proses pembelajaran bahasa Indonesia, baik bagi guru maupun siswa. Dalam pembelajaran bahasa Indonesia khususnya pada pokok bahasan pembuatan iklan, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar yang mendukung pengembangan kompetensi siswa dalam memahami dan menerapkan kebahasaan yang kreatif dan komunikatif. Siswa juga dapat mengenali serta menganalisis penggunaan campur kode dalam periklanan yang merupakan bagian dari variasi penggunaan bahasa dalam masyarakat bilingual dan multilingual. Bahasa dalam iklan tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai strategi yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen, membangun kedekatan dengan calon pembeli, dan mencerminkan realitas sosial serta keberagaman budaya dalam masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini mengidentifikasi tiga jenis campur kode dalam kanal *Youtube Podkesmas*, yaitu campur kode ke dalam, campur kode ke luar, dan campur kode campuran. Bahasa yang digunakan mencakup bahasa Indonesia, bahasa Inggris, bahasa Tionghoa, bahasa Betawi, bahasa Sunda, dan bahasa Jawa.

Berdasarkan hasil analisis terhadap jenis campur kode dalam kanal *Youtube Podkesmas*, penulis menyatakan ditemukan terdapat 58 temuan, yaitu campur kode ke dalam sebanyak 11 temuan setara 18,96% yang menggunakan bahasa Indonesia dengan bahasa Betawi, bahasa Sunda, dan bahasa Jawa; campur kode ke luar sebanyak 38 temuan setara 65,52% yang melibatkan bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, dan

bahasa Tionghoa; dan campur kode campuran sebanyak 9 temuan setara 15,52% dengan penggunaan bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, bahasa Betawi, bahasa Sunda, dan bahasa Jawa. Jenis campur kode yang paling dominan digunakan dalam kanal *Youtube Podkesmas* adalah campur kode ke luar dab yang paling jarang digunakan adalah campur kode campuran. Campur kode ke luar paling dominan digunakan dalam kanal *Youtube Podkesmas* karena bahasa asing dianggap lebih internasional, moderen, dan relevan dengan gaya komunikasi generasi.

Campur kode digunakan karena memiliki fungsi sosial dan komunikatif, antara lain sebagai sarana untuk merepresentasikan identitas sosial penutur, menjalin kedekatan dengan penonton, serta menyesuaikan gaya berbahasa dengan situasi komunikasi yang berkembang, khususnya media digital. Dalam media sosial *Youtube*, komunikasi cenderung bersifat santai, dinamis, dan terbuka terhadap pengaruh lintas budaya, sehingga penggunaan campur kode menjadi strategi yang efektif dan relevan dalam menyampaikan pesan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji dan syukur ke hadirat Allah Swt. Yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya. Penulis mengucapkan terima kasih dan rasa hormat atas segala bantuan, dukungan, serta doa yang telah diberikan selama penulisan artikel ini kepada Chadis, M.Pd., dan Dr. Syarifudin Yunus, M.Pd., Yogi Sularso, suami yang telah memberikan dukungan baik moral maupun finansial; Kedua orang tua, yang telah memberikan doa dan dukungan moral.

DAFTAR PUSTAKA

Periodicals

- Azizah, N. P., Abasa, R. F., Madi, N. L., & Kasim, S. (2024). Campur Kode pada Gelar Wicara Mata Najwa Episode “Belajar dari Buya Hamka” dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa. *EDUKASI: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Khairun*, 22(1), 794–802. <https://doi.org/10.62335/bpp66h36>
- Cahyani, A. (2024). Analisis Campur Kode dalam Tayangan Skakmat : Anies Baswedan pada Youtube Pandji Pragiwaksono. *PUSTAKA: Jurnal Bahasa dan Pendidikan*, 4(4), 52–67. <https://doi.org/10.56910/pustaka.v4i4.1699>
- Madani, A. (2020). Analisis Campur Kode Dialog Interaktif Indonesia Lawyers Club TvOne Lebaran Ala Corona: Kajian Sociolinguistik. *Sociolinguistic Studies*, 0–43. https://www.researchgate.net/publication/342208493_ANALISIS_CAMPUR_KODE_DALAM_DIALOG_INTERAKTIF_INDONESIA_LAWYERS_CLUB_TVONE_LEBARAN_ALA_CORONA_KAJIAN_SOSIOLINGUISTIK
- Mita, L. S., Sompotan, A. G. Y., & Aror, S. C. (2023). Analisis Penggunaan Alih Kode dan Campur Kode pada Album Heart Station. *KOMPETENSI: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Seni*, 3(5), 2265–2271. <https://ejurnal.unima.ac.id/inex.php/kompetensi/article/view/6219/3180>
- Tyas, N. W., Maspuroh, U., & Adham, M. J. I. Syahrial, S. N. (2023). Analisis Campur Kode pada Tayangan Video "Review Makanan" di Konten Tiktok Betty Augustina dan Pemanfaatannya sebagai Video Pembelajaran Teks Ulasan di SMP Kelas VIII : Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5 (1), 1349–1358. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/11461/8805>

Books

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Jejak. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/read-book>
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, dan R&D*. Alfabeta.