

ALIH KODE DAN CAMPUR KODE DALAM AKUN INSTAGRAM @AFFARMAKARIM_

Gitsna Lu'lu'il Azminah¹, Dayudin², Yadi Mardiansyah³

^{1,2,3}UIN Sunan Gunung Djati Bandung: gitsnalulu60@gmail.com

Artikel Info

Received : 15 Jan 2025
Reviwe : 7 Feb 2025
Accepted : 4 April 2025
Published :10 April 2025

Abstrak

Perkembangan media sosial telah menciptakan ruang baru bagi fenomena kebahasaan, khususnya alih kode dan campur kode pada penutur bilingual. Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana fenomena alih kode dan campur kode termanifestasi dalam konteks komunikasi digital lintas budaya Indonesia-Arab. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk alih kode dan campur kode dalam akun Instagram @affarmakarim_ dan mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya fenomena tersebut. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik simak catat untuk mengumpulkan data percakapan dalam video reels periode Juni 2023-Mei 2024. Analisis data dilakukan menggunakan metode agih untuk mengklasifikasikan bentuk-bentuk alih kode dan campur kode, serta metode padan untuk menganalisis faktor-faktor penyebabnya berdasarkan konteks sosial dan situasional. Hasil penelitian menunjukkan dominasi alih kode ke luar (*external code switching*) antara bahasa Indonesia-Arab, serta campur kode ke luar (*outer code mixing*) dan ke dalam (*inner code mixing*). Faktor-faktor yang mempengaruhi meliputi lawan tutur, kehadiran orang ketiga, perubahan topik pembicaraan, penutur, dan peralihan situasi formal-informal. Implikasi penelitian ini memperkaya kajian sosiolinguistik digital dengan memberikan pemahaman tentang penggunaan bahasa bilingual dalam media sosial, yang bermanfaat untuk strategi komunikasi lintas budaya dan pembelajaran bahasa kedua di era digital.

Kata Kunci: alih kode, campur kode, Instagram, media sosial, sosiolinguistik.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan media sosial telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, termasuk dalam peristiwa bahasa (Bangun, dkk, 2024). Instagram merupakan platform media sosial yang dijadikan sebagai alat komunikasi yang paling banyak diminati dan sering digunakan

(Fadhilah & Pratiwi, 2023). Instagram juga menjadi salah satu platform, media sosial yang populer dengan lebih dari 2 miliar pengguna aktif secara global (*Statistik Media Sosial Global — DataReportal – Wawasan Digital Global*, n.d.), yang menjadikan wadah yang menarik untuk mengamati fenomena kebahasaan,

khususnya dalam kajian sosiolinguistik, sebagai kajian yang mendalami hubungan antara bahasa dan masyarakat (Nuryani dkk., 2021).

Di Indonesia, dengan lebih dari 100 juta lebih pengguna Instagram (Digital 2024, 2024). Platform ini menjadi cerminan dinamika peristiwa bahasa dalam era digital. Instagram, dengan berbagai fiturnya, seperti profil dan bio, unggah foto dan video, stories dan lainnya (Antasari & Pratiwi, 2022) khususnya fitur reels yang berfungsi untuk berbagi pesan singkat melalui video yang efektif untuk kontem multilingual. Hal ini relevan bagi konten kreator dengan pengalaman lintas budaya dan kemampuan bilingual atau multilingual.

Dalam kajian sosiolinguistik, bentuk alih kode dan campur kode alih kode terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu alih kode ke dalam (internal code switching) dan alih kode ke luar (external code switching), sedangkan campur kode ke dalam (inner code mixing), campur kode ke luar (outer code mixing), dan campur kode campuran (hybrid code mixing) (Suandi, 2014). Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya alih kode dan campur kode dalam percakapan video reels tersebut, seperti faktor penutur, lawan tutur, kehadiran orang ketiga, perubahan topik pembicaraan, dan peralihan dari situasi formal ke informal berdasarkan teori Chaer dan Agustina (Sandy, Susylowati, dkk., 2024).

Akun Instagram @affarmakarim_ menarik untuk diteliti karena menampilkan karakteristik kebahasaan unik yang mencerminkan latar belakang pemiliknya sebagai mahasiswa Indonesia yang berkuliah di Mesir. Fenomena alih kode dan campur kode pada akun tersebut menunjukkan dinamika pergantian dan pencampuran bahasa Indonesia-Arab yang dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan lingkungan

akademis. Keunikan tersebut menjadikan akun ini representasi nyata dari penggunaan bahasa dalam konteks global-lokal yang khas di era digital.

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti sebuah penelitian terkait alih kode dan campur kode. Meskipun telah ada beberapa penelitian alih kode dan campur kode dalam media Instagram telah banyak dilakukan oleh peneliti, seperti penelitian mengenai peristiwa alih kode dan campur kode pada caption Instagram (Arfianto & Jumini, 2024), (Luthvina dkk., 2023), (Mulyani dkk., 2021) dan (Ningrum, 2019). Kemudian penelitian mengenai alih kode dan campur kode pada kolom komentar Instagram (Wicaksana & Basir, 2024), (Unsha & Wijaya, 2024), (Setiawati dkk., 2021), dan (Iqbal, 2021). Juga penelitian tentang alih kode dan campur kode dalam interaksi sehari-hari (Kaamiliyaa dkk., 2023) dan penelitian alih kode dan campur kode dengan objek berupa kata-kata yang terdapat pada unggahan akun instagram (Yussak & Surana, 2022). Masih terdapat celah penelitian dalam konteks Instagram yang perlu dieksplorasi lebih lanjut. Platform Instagram memiliki keunikan tersendiri dengan fitur-fitur visualnya yang dominan dan karakteristik penggunaanya yang berbeda. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang berfokus pada caption atau komentar, penelitian ini menganalisis alih kode dan campur kode dalam konten video reels yang memiliki karakteristik komunikasi verbal dan visual yang berbeda, serta melibatkan bahasa Arab yang masih jarang dikaji dalam konteks media sosial Indonesia.

Dalam konteks ini, akun Instagram @affarmakarim_ menjadi objek khususnya dalam postingan dari 4 Juni 2023 sampai 20 Mei 2024 (Makarim, 2024). Akun tersebut dikelola oleh seorang mahasiswa Indonesia yang sedang menempuh pendidikan di Mesir,

meskipun bukan merupakan publik figur ternama, akun tersebut memiliki pengikut yang tertarik dengan konten kesehariannya di Mesir. Berdasarkan pengamatan terhadap konten yang diunggah, pemilik akun secara aktif mendokumentasikan pengalaman lintas budaya, interaksi sosial, dan tantangan adaptasi bahasa yang dihadapinya sebagai mahasiswa asing di Mesir. Fenomena kebahasaan yang muncul dalam akun tersebut menampilkan penggunaan alih kode dan campur kode antara bahasa Indonesia dan bahasa Arab dalam situasi komunikasi sehari-hari, baik dalam interaksi dengan sesama mahasiswa Indonesia maupun dengan penduduk lokal.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi bentuk alih kode dan campur kode dalam media sosial Instagram pada akun @affarmakarim_ dan mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya alih kode dan campur kode pada akun Instagram @affarmakarim_.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika peristiwa bahasa di era digital, khususnya dalam konteks media sosial Instagram. Hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori sosiolinguistik dalam konteks komunikasi digital serta memberikan wawasan praktis bagi pendidik, praktisi media sosial, dan pemangku kebijakan bahasa.

B.METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha menggambarkan suatu gejala sosial dan bertujuan untuk mengungkap fakta, fenomena, variable dan keadaan yang terjadi saat penelitian (Valentine dkk, 2018). Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya dalam

menggambarkan dan menginterpretasikan fenomena kebahasaan secara mendalam, khususnya alih kode dan campur kode dalam konteks media sosial (Mustikawati, 2015).

Data penelitian yang diambil adalah dialog atau percakapan dan konteks percakapan dalam video reels @affarmakarim_ dengan metode pengumpulan data teknik dasarnya menggunakan metode simak catat. Menurut Sudaryanto metode simak dilakukan dengan cara menyimak peristiwa bahasa yang akan diteliti (Khoirunnayah dkk, 2023). Adapun tahapan dalam pengumpulan data dengan metode simak catat adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menyimak secara seksama percakapan dalam video reels akun Instagram @affarmakarim_.
2. Peneliti merekam video reels yang akan dianalisis untuk memudahkan proses analisis data. Dalam konteks media sosial, teknik ini dilakukan dengan cara mengunduh video tersebut.
3. Peneliti mencatat semua percakapan yang mengandung fenomena alih kode dan campur kode dalam video reels tersebut, termasuk konteks percakapan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode agih dan padan. Menurut Sudaryanto (Sudaryanto, 2015) metode agih merupakan suatu metode yang digunakan dalam analisis data penelitian dengan bagian dari bahasa yang bersangkutan sebagai alat penentuannya. Adapun dalam menggunakan metode agih untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi unsur-unsur bahasa yang mengalami alih kode dan campur kode dalam percakapan video reels @affarmakarim_.

2. Mengklasifikasi bentuk-bentuk alih kode dan campur kode berdasarkan teori Suandi.
3. Menganalisis struktur bahasa dari fenomena alih kode dan campur kode yang ditemukan.

Sedangkan metode padan, merupakan suatu metode yang digunakan untuk menentukan identitas satuan kebahasaan tertentu dengan menggunakan hal yang berada di luar bahasa sebagai alat penentu, dan tidak menjadi bagian dari bentuk bahasa yang bersangkutan (Sudaryanto, 2015). Tahapan dalam menggunakan metode padan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Mengaitkan fenomena alih kode dan campur kode dengan konteks sosial dan situasional yang melatarbelakanginya.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya alih kode dan campur kode dalam percakapan video reels tersebut.
3. Menganalisis fungsi dan tujuan penggunaan alih kode dan campur kode dalam konteks komunikasi di media sosial Instagram.

Dengan menggunakan pendekatan sosiolinguistik dan metode deskriptif, serta teknik analisis data yang komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang mendalam tentang fenomena alih kode dan campur kode dalam konteks media sosial Instagram, khususnya pada akun @affarmakarim_.

C.HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan pengamatan dan analisis data video reels akun Instagram @affarmakarim_, yang diunggah selama periode 4 Juni 2023

hingga 20 Mei 2024, ditemukan fenomena alih kode dan campur kode dalam percakapan yang melibatkan bahasa Indonesia dan bahasa Arab. Berikut ini dipaparkan hasil analisis mengenai bentuk-bentuk alih kode dan campur kode serta faktor-faktor yang memengaruhinya.

1. Bentuk Alih Kode

Menurut (Suandi, 2014), bentuk alih kode terbagi menjadi dua kategori, yaitu alih kode ke dalam (internal code switching) dan alih kode ke luar (external code switching). Dalam penelitian ini, hanya bentuk alih kode ke luar (external code switching yang ditemukan adalah:

- a. Alih kode ke luar (external ccode switching)

Alih kode ke luar merupakan peralihan bahasa dari bahasa satu ke bahasa lain yang tidak sekerabat (bahasa asing). Dalam data yang dianalisis, ditemukan bentuk alih kode ke luar yang melibatkan peralihan dari bahasa Indonesia ke bahasa Arab atau sebaliknya, seperti pada contoh berikut:

Data 1 terdapat pada video reels yang berjudul dipalak bocil syalan

Penjual: تشرب هينا؟

Teman Affar: ابوه هينا

Teman Affar: Affar ini yang item apa yah?

Affar: paling gula

Pada data di atas, teman Affar melakukan alih kode dari bahasa Arab ke bahasa Indonesia ketika berbicara dengan Affar setelah sebelumnya berbicara dengan penjual dalam bahasa Arab. Hal ini menunjukkan peralihan penggunaan bahasa antara dua bahasa yang berasal dari rumpun berbeda.

Data 2 terdapat pada video reels yang berjudul dipalak bocil syalan

Affar: langsung ae kita beli

Affar: السلام عليكم، كم واحد؟

Pedagang: سبعة و عشرة

Pada data ini, Affar beralih dari bahasa Indonesia ke bahasa Arab ketika mulai

berbicara dengan pedagang. Peralihan ini merupakan bentuk alih kode ke luar karena melibatkan dua bahasa dari rumpun berbeda.

Data 3 terdapat pada video reels yang berjudul makanan Mesir kacau

A: oh salah, mencoba makanannya

A: *إيه انت* jual?

A: *هذا إيه؟*

C: waffle

Pada data ini, Affar beralih dari bahasa Indonesia ke bahasa Arab ketika berbicara dengan penjual waffle. Peralihan ini menunjukkan alih kode ke luar yang terjadi saat topik pembicaraan berubah.

2. Bentuk Campur Kode

(Suandi, 2014) membagi campur kode menjadi tiga bentuk: campur kode ke dalam (inner code mixing), campur kode ke luar (outer code mixing), dan campur kode campuran (hybrid code mixing).

Dalam video reels akun Instagram @affarmakarim_ hanya terdapat campur kode keluar (outer code mixing) karena hanya melibatkan dua bahasa dari rumpun yang berbeda dan campur kode ke dalam (inner code mixing) karena menggunakan percampuran bahasa dengan menyerap bahasa asli. Dalam penelitian ini, ditemukan dua bentuk campur kode sebagai berikut:

a. Campur Kode ke Luar (Outer Code Mixing)

Campur kode ke luar merupakan campur kode yang menyerap unsur-unsur bahasa asing. Dalam data penelitian, ditemukan pencampuran unsur bahasa Arab ke dalam tuturan bahasa Indonesia atau sebaliknya, seperti pada contoh berikut:

Data 4 terdapat pada video reels yang berjudul makanan Mesir kacau

Affar: *إيه انت* jual?

Affar: *هذا إيه؟*

Penjual: waffle

Pada data di atas, Affar mencampurkan kata "jual" (bahasa Indonesia) di antara kata-

kata bahasa Arab *انت* (kamu) dan *إيه* (apa). Ini menunjukkan adanya campur kode ke luar karena melibatkan unsur dari bahasa yang berbeda rumpun.

Data 5 terdapat pada video reels yang berjudul dipalak bocil syalan

Teman Affar: *انت*, keluar jadi hotdog

Dalam tuturan ini, teman Affar mencampurkan kata bahasa Arab *انت* (kamu) dengan bahasa Indonesia "keluar jadi hotdog". Ini merupakan bentuk campur kode ke luar yang melibatkan bahasa dari rumpun berbeda.

Data 6 terdapat pada video reels yang berjudul makanan Mesir kacau

A: *خلاص انا ديابيتس*

A: gimana nih kalo *انا* diabetes

Pada tuturan kedua, Affar mencampurkan kata bahasa Arab *انا* (saya) ke dalam kalimat bahasa Indonesia. Ini menunjukkan adanya campur kode ke luar.

b. Campur Kode ke dalam (inner code mixing)

Campur kode ke dalam merupakan campur kode yang menyerap unsur-unsur bahasa asli yang masih sekerabat. Dalam penelitian ini ditemukan campur kode ke dalam berupa pencampuran bahasa Indonesia baku dengan tidak baku, seperti pada contoh berikut:

Data 7 terdapat pada video reels yang berjudul makanan dipalak bocil syalan

Affar: langsung ae kita beli

Affar: *السلام عليكم، كم واحد؟*

Pedagang: *سبعة و عشرة*

Dalam tuturan ini, Affar menggunakan kata "ae" yang merupakan bentuk tidak baku dari kata "saja" dalam bahasa Indonesia baku. Ini menunjukkan campur kode ke dalam karena melibatkan variasi dalam satu bahasa.

Pembahasan

1. Bentuk Alih Kode

Berdasarkan teori Chaer, terdapat lima faktor penyebab terjadinya alih kode, yaitu:

pembicara atau penutur, pendengar atau lawan tutur, perubahan situasi karena kehadiran orang ketiga, perubahan dari formal ke informal atau sebaliknya, dan perubahan topik pembicaraan (Andayani, 2019). Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya alih kode pada akun Instagram @affarmakarim_ adalah sebagai berikut:

a. Faktor lawan tutur

Alih kode terjadi ketika penutur menyesuaikan bahasa yang digunakan dengan kemampuan berbahasa lawan tuturnya (Wahyuni dkk, 2023). Hal ini dilakukan agar komunikasi dapat berjalan lancar dan pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik.

Pada Data 1, teman Affar menggunakan bahasa Arab saat menjawab pertanyaan penjual (ابوه هينا), kemudian beralih ke bahasa Indonesia saat berbicara dengan Affar ("Affar ini yang item apa yah?"). Peralihan ini terjadi karena penyesuaian terhadap lawan tutur, di mana teman Affar menggunakan bahasa Arab dengan penjual yang berasal dari Mesir, dan menggunakan bahasa Indonesia dengan Affar yang merupakan teman sesama orang Indonesia. Sebagaimana dikemukakan oleh Fishman faktor "kepada siapa berbicara" menjadi salah satu penentu penggunaan bahasa (Saputri, 2019).

b. Faktor kehadiran orang ketiga

Fishman juga menekankan pentingnya konteks sosial dalam pemilihan bahasa. Kehadiran orang ketiga dengan latar belakang bahasa yang berbeda dapat menyebabkan terjadinya alih kode (Wahyuni dkk, 2023).

Pada Data 2, Affar semula berbicara dalam bahasa Indonesia dengan temannya, "langsung ae kita beli", kemudian beralih ke bahasa Arab "السلام عليكم, كم واحد؟" saat berbicara dengan pedagang. Alih kode ini

terjadi karena kehadiran pedagang sebagai orang ketiga yang berasal dari Mesir dan menggunakan bahasa Arab. Fenomena ini sesuai dengan teori Chaer bahwa perubahan situasi karena kehadiran orang ketiga dapat menyebabkan terjadinya alih kode (Andayani, 2019).

c. Faktor Perubahan topik pembicaraan

Perubahan topik pembicaraan dapat memicu terjadinya alih kode karena beberapa konsep atau istilah mungkin lebih tepat dijelaskan dalam bahasa tertentu (Wahyuni dkk, 2023).

Pada Data 3, Affar awalnya menggunakan bahasa Indonesia "oh salah, mencoba makanannya", kemudian beralih ke bahasa Arab ketika bertanya tentang makanan: "إيه جال انت؟" dan "هذا إيه؟". Perubahan topik dari sekedar berkomentar menjadi bertanya tentang makanan menyebabkan Affar beralih kode dari bahasa Indonesia ke bahasa Arab. Hal ini mungkin terjadi karena Affar merasa lebih nyaman menggunakan istilah-istilah kuliner dalam bahasa Arab ketika berada di lingkungan Mesir.

2. Faktor-faktor penyebab campur kode

Berdasarkan analisis data, ditemukan beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya campur kode dalam video reels akun Instagram @affarmakarim_, yaitu:

a. Faktor penutur

Campur kode sering terjadi karena kesengajaan penutur yang memiliki kemampuan menggunakan lebih dari satu bahasa (bilingual/multilingual). Penutur mencampur kode untuk menunjukkan kemampuan bahasanya, menegaskan maksud tertentu, atau menyesuaikan diri dengan situasi komunikasi (Wahyuni dkk, 2023).

Pada Data 4, Affar mencampurkan kata bahasa Indonesia "jual" di antara kata-kata bahasa Arab: "إيه جال انت؟". Pencampuran ini terjadi karena Affar memiliki kemampuan

bilingual dan ingin menggunakan kedua bahasa tersebut secara bersamaan untuk memastikan pesannya tersampaikan dengan baik. Hal ini sesuai dengan pendapat Fishman bahwa tujuan berbicara menjadi salah satu faktor penyebab terjadinya campur kode (Saputri, 2019).

b. Faktor lawan tutur

Campur kode juga dapat terjadi ketika penutur menyesuaikan bahasanya dengan latar belakang bahasa lawan bicara (Wahyuni dkk, 2023).

Pada Data 5, teman Affar mencampurkan kata bahasa Arab "انت" dengan bahasa Indonesia "keluar jadi hotdog". Pencampuran ini terjadi karena teman Affar menyesuaikan bahasanya dengan Affar yang memahami kedua bahasa tersebut. Chaer menegaskan bahwa lawan tutur merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi penggunaan bahasa (Andayani, 2019).

c. Faktor kehadiran orang ketiga

Kehadiran orang ketiga dengan latar belakang bahasa yang berbeda dapat menyebabkan penutur mencampur bahasa untuk mengakomodasi pemahaman semua pihak yang terlibat dalam percakapan (Wahyuni dkk, 2023).

Pada Data 6, Affar awalnya menggunakan bahasa Arab penuh "خلاص انا", kemudian dalam tuturan selanjutnya mencampurkan bahasa Indonesia dan Arab: "gimana nih kalo انا diabetes". Pencampuran ini terjadi karena Affar sedang berbicara dalam konteks di mana ada orang Mesir dan teman Indonesia, sehingga ia menggunakan campur kode untuk mengakomodasi pemahaman semua pihak.

d. Faktor peralihan dari formal ke informal

Peralihan dari situasi formal ke informal dapat menyebabkan terjadinya campur kode, di mana penutur mencampur bahasa baku dengan tidak baku untuk menciptakan

suasana yang lebih akrab dan natural dalam percakapan (Wahyuni dkk, 2023).

Pada Data 7, Affar menggunakan kata "ae" yang merupakan bentuk tidak baku dari kata "saja" dalam bahasa Indonesia baku: "langsung ae kita beli". Pencampuran ini menunjukkan peralihan dari situasi formal ke informal karena Affar sedang berbicara dengan temannya dalam suasana santai. Sebagaimana ditegaskan oleh Chaer perubahan dari situasi formal ke informal dapat menjadi faktor penyebab terjadinya campur kode (Andayani, 2019).

Secara keseluruhan, fenomena alih kode dan campur kode yang terjadi dalam video reels akun Instagram @affarmakarim_ menunjukkan dinamika penggunaan bahasa oleh penutur bilingual dalam konteks media sosial. Temuan ini memperkuat pendapat Nuryani et al. (2021) bahwa kajian sosiolinguistik penting untuk memahami hubungan antara bahasa dan masyarakat, termasuk dalam konteks digital. Fenomena ini juga menggambarkan bagaimana media sosial, khususnya Instagram, menjadi wadah yang menarik untuk mengamati peristiwa kebahasaan di era digital.

D.SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang alih kode dan campur kode pada akun Instagram @affarmakarim_, ditemukan bahwa bentuk alih kode yang dominan adalah alih kode ke luar (external code switching) antara bahasa Indonesia dan bahasa Arab. Bentuk campur kode yang ditemukan meliputi campur kode ke luar (outer code mixing) berupa pencampuran unsur bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia atau sebaliknya, dan campur kode ke dalam (inner code mixing) berupa pencampuran bahasa Indonesia baku dengan tidak baku.

Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya alih kode meliputi faktor lawan

tutur, kehadiran orang ketiga, dan perubahan topik pembicaraan. Sementara faktor-faktor yang mempengaruhi campur kode mencakup faktor penutur, lawan tutur, kehadiran orang ketiga, dan peralihan dari situasi formal ke informal. Fenomena ini mencerminkan dinamika penggunaan bahasa dalam konteks media sosial oleh penutur bilingual dan menunjukkan bahwa Instagram menjadi wadah menarik untuk mengamati peristiwa kebahasaan di era digital, khususnya dalam komunikasi lintas budaya Indonesia-Mesir.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, S. (2019). Penyebab Alih Kode dan Campur Kode dalam Peristiwa Tutur Mahasiswa Jepang di Indonesia (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Hiroshima di Universitas Brawijaya). 6(1).
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan di Kota Palu. Kinesik, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/Ejk.V9i2.327>
- Arfianto, F. L. P., & Jumini, A. (2024). Analisis Alih Kode dan Campur Kode pada Caption Instagram. Jurnal Pendidikan Impola, 1(1), 47–53. <https://doi.org/10.70047/Jpi.V1i1.67>
- Bangun, M. A., Nasution, M. F. A., Sinaga, N. R., Sastra, S. F. D., & Khairani, W. (2024). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Bahasa Indonesia di Era Globalisasi. Jurnal Bahasa Daerah Indonesia, 1(3), 9. <https://doi.org/10.47134/Jbdi.V1i3.2646>
- Digital 2024: Indonesia. (2024, February 21). Datareportal – Global Digital Insights. <https://Datareportal.Com/Reports/Digital-2024-Indonesia>
- Fadhilah, A., & Pratiwi, E. (2023). Penggunaan Variasi Bahasa di Media Sosial Instagram “Ridwan Kamil.” Student Scientific Creativity Journal, 1(3), 70–75. <https://doi.org/10.55606/Sscj-Amik.V1i3.1332>
- Iqbal, M. (2021). The Transfer Of Codes And Mixed Codes In Indonesian Molebrities Instagram. Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa Dan Sastra Indonesia, 6(2), 213–222. <https://doi.org/10.31943/Bi.V6i2.87>
- Kaamiliyaa, S., Purnama Irawati, R., & Kuswardon, S. (2023). Alih Kode dan Campur Kode dalam Interaksi Sehari-Hari Oleh Santriwati Pondok Modern Darul Falach Temanggung (Kajian Sociolinguistik). Lisanul Arab: Journal Of Arabic Learning and Teaching, 11(2).
- Khoirunnayah, N., Widayati, W., & Tobing, V. M. T. L. (2023). Diksi dan Gaya Bahasa pada Iklan di Akun Instagram Shopee. Jurnal Ilmiah Sarasvati, 5.
- Luthvina, M. Y., Soepardjo, D. D., & Litt, M. (2023). Penggunaan Alih Kode Dan Campur Kode Pada Akun Instagram Nihongo Partners Di Sma Negeri 1 Taruna Madani Jawa Timur. 7.
- Makarim, A. (2024). @Affarmakarim_.
- Mulyani, A., Riandini, D. O., & Umardi, S. N. (2021). Penggunaan Campur Kode dalam Unggahan Instagram. Prosiding Seminar Nasional Sasindo, 2(1). <https://doi.org/10.32493/Sns.V2i1.16710>

- Mustikawati, D. A. (2015). Alih Kode dan Campur Kode Antara Penjual dan Pembeli (Analisis Pembelajaran Berbahasa Melalui Studi Sociolinguistik).
- Ningrum, F. (2019). Alih Kode dan Campur Kode dalam Postingan Di Akun Instagram Yowessorry. 8(2).
- Nuryani, D., Pd, S., Isnaniah, D. S., Pd, S., Pd, M., Eliya, I., Pd, S., & Pd, M. (2021). Sociolinguistik dalam Pengajaran Bahasa Berbasis Multikultural: Teori dan Praktik Penelitian.
- Sandy, D. K., Susylowati, E., Cicilia, V. D., & Zakiyah, F. (2024). Sociolinguistik Teori dan Aplikasi (Cetakan Pertama Januari 2024). Penerbit Underline.
- Saputri, R. A. (2019). Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Jurusan Pendidikan Bahasa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Brawijaya Malang 2019.
- Setiawati, I., Mustika, R. I., & Primandhika, R. B. (2021). Campur Kode Netizen dalam Komentar Instagram “Persib Official.” 4.
- Statistik Media Sosial Global—Datareportal – Wawasan Digital Global. (N.D.). Retrieved November 13, 2024, From <https://Datareportal.Com/Social-Media-Users>
- Suandi, I. N. (2014). Sociolinguistik (Cetakan Pertama). Graha Ilmu.
- Sudaryanto. (2015). Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa. Duta Wacana University Press.
- Unsha, A. F., & Wijaya, G. S. (2024). Campur Kode Pada Kolom Komentar Akun Instagram @Bwi24jam.
- Valentine, C. I. N., Rismaniar, N. S., & Paramitha, A. W. (2018). Alih Kode dan Campur Kode dalam Akun Instagram Selebriti Indonesia.
- Wahyuni, R. D., -, A., & -, S. (2023). Penyebab Alih Kode dan Campur Kode Antara Mahasiswa Kampus Mengajar dan Siswa Sdn 2 Jenawi. *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 7(2), 183. <https://doi.org/10.30651/Lf.V7i2.19373>
- Wicaksana, Y. A. Y., & Basir, U. P. M. (2024). Alih Kode dan Campur Kode Pada Akun Instagram @Londokampung: Kajian Sociolinguistik.
- Yussak, F. S., & Surana, S. (2022). Alih Kode Campur Kode dalam Akun Instagram Yoweslah.Ig: Kajian Sociolinguistik. *Job (Jurnal Online Baradha)*, 18(1), 171–179. <https://doi.org/10.26740/Job.V18n1.P171-179>