

MULTIBAHASA DALAM KONTEN INSTAGRAM: ALIH KODE, CAMPUR KODE, DAN CITRA DIRI

Dwi Rahmiati Hasyar

Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Pascasarjana Universitas Pasundan
dwi-rahmiatihasyar@mail.unpas.ac.id

Wawan Hendrawan

Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Pascasarjana Universitas Pasundan,
wawan.hendrawan@unpas.ac.id

Any Budiarti

Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Pascasarjana Universitas Pasundan,
any.budiarti@unpas.ac.id

Abstrak

Kemampuan menggunakan multibahasa dalam Instagram tidak hanya mencerminkan kemampuan linguistik pemilik akunnya, tetapi berfungsi juga sebagai alat untuk membangun citra diri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan multibahasa, bahasa Inggris, Jawa, dan Indonesia, dalam konten *reels* yang diunggah oleh Bella Amelia di akun Instagram-nya, @kartikabelaa. Secara spesifik, penelitian ini menelisik ‘bentuk’ alih kode dan campur kode yang terjadi dalam percakapan Bella Amelia dengan karakter anak imajinernya yang bernama Kenzo. Di samping itu, penulis juga mengobservasi bagaimana variasi bahasa tersebut digunakan untuk mencerminkan identitas atau citra diri Bella Amelia. Dalam riset ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena alih kode, campur kode, dan citra diri Bella Amelia. Data berasal dari 5 sampel konten *reels* dan diseleksi dengan teknik *purposive sampling* untuk memilih konten yang mencerminkan fenomena berbahasa yang diteliti. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa ditemukan 52 alih kode dan 146 campur kode pada percakapan Mami dan Kenzo dalam 5 konten berbentuk *Reels Instagram* yang diunggah oleh akun @kartikabellaa. Lebih jauh, alih kode dan campur kode tersebut diklasifikasikan menjadi 31 alih kode situasional, 21 alih kode metaforis, 79 campur kode kata, 33 campur kode frasa, dan 34 campur kode klausa. Adapun citra diri yang ditampilkan oleh Bella Amelia dalam konten Instagram-nya secara umum berusaha membangun citra diri ideal dan humoris, serta dalam beberapa konten juga menunjukkan citra diri sosial dan inspiratif.

Kata Kunci: Multibahasa, Alih Kode, Campur Kode, Citra Diri, *Reels Instagram*.

Abstract

The ability to use multilingualism on Instagram not only reflects the linguistic ability of the account holder but also serves as a tool to create self-image. This study scrutinizes the use of multilingualism, namely English, Javanese, and Indonesian, in the content reels uploaded by Bella Amelia on her Instagram account, @kartikabelaa. Specifically, this research examines the 'forms' of code-switching and code-mixing that occurred in Bella Amelia's conversations with her imaginary child character named Kenzo. In addition, it also observes how these language variations are used to reflect Bella Amelia's identity or self-image. This study employed a descriptive qualitative approach to understand the phenomena of code-switching, code-mixing, and Bella Amelia's self-image. The data were taken from 5 samples of reel contents and were selected using a purposive sampling technique to select contents that reflect the language phenomena

under scrutiny. The results revealed that 52 code-switching and 146 code-mixing were found in Mami and Kenzo's conversations in 5 Instagram Reels content uploaded by the @kartikabellaa account. Furthermore, the code-switching and code-mixing were classified into 31 situational code-switching, 21 metaphorical code-switching, 79-word code-mixing, 33-phrase code-mixing, and 34-clause code-mixing. The self-image displayed by Bella Amelia in her Instagram content generally tries to build an ideal and humorous self-image, as well as a social and inspirational self-image.

Keywords: *Multilingualism, Code-Switching, Code-Mixing, Self-Image, Instagram Reels.*

PENDAHULUAN

Media sosial memudahkan para penggunanya untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi secara daring (Oyighan & Okwu, 2024). Selain itu, media sosial memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri, menampilkan identitas, dan berinteraksi online secara *real-time* dengan audiens yang lebih luas (Awan & Gauntlett, 2013; Boyd, 2010; Musiał & Kazienko, 2013; Russmann & Svensson, 2016). Salah satu media sosial yang sangat digandrungi saat ini adalah Instagram. Berdasarkan laporan dari We are Social (2024), sebuah agensi kreatif global yang berfokus pada media sosial, popularitas Instagram per bulan Januari 2024 menduduki peringkat ke-2 setelah Whatsapp sebagai aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan.

Instagram berhasil menarik perhatian para netizen karena fitur-fiturnya yang memungkinkan penggunanya untuk berjejaring di dunia maya melalui foto atau video yang dilengkapi *caption* yang mereka unggah, sehingga mereka dapat mengekspresikan diri, berkomunikasi, dan berkreasi melalui konten-konten tersebut. Selain itu, mereka juga dapat memperoleh aneka informasi dan pengetahuan sesuai dengan minat dan kesukaan mereka, terutama dari akun para *influencer* seperti selebritas dan tokoh publik yang mereka kagumi serta instansi yang berhubungan dengan minat mereka.

Eksistensi Instagram sebagai jejaring sosial untuk berkomunikasi secara daring memberikan dampak yang signifikan pada perkembangan penggunaan bahasa dan pengajarannya (Junior, 2020). Hal ini disebabkan karena dalam konten-konten Instagram bisa ditemukan fenomena-fenomena multibahasa yang mencerminkan kemampuan bahasa para pemilik akunnya (Leaver dkk., 2020; Sukmana dkk., 2021) dan hal ini pada muaranya akan berimplikasi kepada

perubahan penggunaan bahasa dalam kehidupan masyarakat (Fatjeriyah dkk., 2023).

Multibahasa berhubungan erat dengan variasi bahasa yang mencakup bagaimana masyarakat mengatur penggunaan bahasa dalam situasi tertentu (Coulmas, 2018). Dalam konteks media sosial, pengguna sering kali melakukan alih kode dan campur kode, yang merupakan fenomena linguistik di mana penutur beralih dari satu bahasa ke bahasa lain dalam percakapan atau teks yang sama. Lingkungan masyarakat multibahasa memiliki keragaman bahasa, sehingga penggunaan alih kode dan campur kode seringkali terjadi (Fadhilah, dkk., 2023).

Alih kode biasanya terjadi ketika penutur berpindah dari satu bahasa ke bahasa lain, sedangkan campur kode melibatkan penggabungan elemen dari dua atau lebih bahasa dalam satu kalimat atau frasa (García & Wei, 2015). Terjadinya alih kode dan campur kode dalam berbagai situasi yang berbeda, dalam derajat tertentu, mencerminkan kompetensi berbahasa serta kepedulian sosial yang tinggi. Hal ini dipicu oleh kondisi dan situasi yang menyebabkan seorang penutur melakukan alih kode dengan menggunakan lebih dari satu bahasa atau ragam yang ada dalam satu bahasa (Arrahman, 2023).

Fenomena campur kode terjadi saat penutur mencampur dua atau lebih bahasa dalam satu kalimat atau frasa (Aziza & Dalyono, 2024). Campur kode disebabkan oleh penggunaan dua bahasa atau lebih yang menyisipkan unsur-unsur bahasa seperti kata, frasa, klausa, dan yang lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa alih kode dan campur kode merupakan suatu keniscayaan yang terjadi pada masyarakat multibahasa karena mereka seringkali beralih ke bahasa lain ataupun menyisipkan unsur-unsur bahasa lain untuk menyesuaikan diri dengan situasi yang berbeda, mencerminkan kompetensi bahasa, dan kepedulian sosial agar dapat

mempermudah interaksi dan memperluas jangkauan komunikasi.

Fenomena alih kode dan campur kode pada pengguna multibahasa di Instagram, tentu menjadi fenomena menarik yang mencerminkan dinamika sosial dan budaya yang kompleks. Dalam penelitian ini, fokus akan diberikan pada akun Instagram @kartikabellaa, yang merupakan contoh nyata dari penggunaan multibahasa dalam konten media sosial. Penggunaan variasi bahasa dalam konten seorang kreator digital bernama lengkap Bella Amelia Kartika Dewi yang dalam kesehariannya bekerja sebagai seorang pengajar privat dan praktisi Montessori ini menarik untuk diobservasi karena kaya akan penggunaan variasi bahasa, terutama alih kode dan campur kode. Sebagai seorang konten kreator, selebgram, atau *influencer*, Bella Amelia kerap kali menjadikan akunnya layaknya buku harian untuk mengabadikan momen-momen berharga, mencurahkan isi hati, berbagi cerita, serta berkomunikasi untuk menarik interaksi dan impresi dari para pengikutnya.

Akun @kartikabellaa tergolong unik karena sering mengunggah konten *reels* yang menampilkan perannya sebagai seorang ibu multibahasa saat berkomunikasi dengan anak imajinernya yang bernama Kenzo. Sang pemilik akun selalu berkomunikasi menggunakan multibahasa, yaitu bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa Jawa. Bahkan di beberapa kontennya, Bella menampilkan pula kemampuan berbahasa Korea saat bercakap-cakap dengan suami imajinernya yang dipanggil "Appa". Hal ini tentulah dilakukan untuk menampilkan citra diri tertentu terhadap audiensnya.

Penggunaan bahasa yang beragam dalam konteks sosial dapat memperkuat rasa kepemilikan dan keterhubungan dengan komunitas tertentu, yang pada gilirannya mempengaruhi citra diri individu di media sosial (Blackwood, 2019; Haryanto & Mahendra, 2021; Musyahda, 2002). Dalam konteks akun Instagram @kartikabellaa, penggunaan multibahasa dapat dilihat sebagai strategi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, menciptakan koneksi yang lebih dalam dengan pengikutnya, dan sebagai realisasi dari citra dirinya, sehingga tidak mengherankan bahwa *posting-an reels* di akun Instagram-nya berhasil viral dengan mencapai *view* jutaan orang.

Ketertarikan peneliti untuk melakukan riset pada akun Instagram @kartikabellaa, selain

dilatarbelakangi oleh keunikan konten-konten dari akun tersebut, juga dipengaruhi oleh beberapa penelitian sebelumnya (Haryanto & Mahendra, 2021; Isnaini & Anindita, 2022; Daulay dkk., 2023; Fidela dkk., 2024; Zebua dkk., 2025) yang menelisik tentang penggunaan bahasa dalam media sosial Instagram.

Haryanto & Mahendra (2021) meneliti tipe dan alasan penggunaan alih kode di Instagram dan menemukan bahwa alih kode yang sering digunakan adalah *inter-sentential*, *intra-sentential*, dan *emblematic switching*.

Isnaini dan Anindita (2022) melakukan riset terkait dengan fenomena alih kode yang terjadi dalam akun Instagram Sunny Dahye. Mereka menemukan bahwa alih kode yang biasa digunakan Sunny Dahye dalam akun Instagram-nya adalah *inter-sentential switching*, *intra-sentential switching*, dan *tag switching/emblematic switching*. Lebih jauh, dari ketiga temuan ini, *inter-sentential switching* menjadi fenomena kebahasaan yang dominan digunakan. Daulay dkk. (2023) melakukan penelitian mengenai penggunaan Instagram sebagai media propaganda. Mereka menemukan bahwa Instagram banyak digunakan sebagai media propaganda dalam usaha untuk menggiring opini publik, sehingga sejalan dengan apa yang dikonsepsikan oleh pencetus propaganda tersebut.

Fidela dkk. (2024) menganalisis bentuk campur kode bahasa Indonesia dan Inggris serta faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya campur kode dalam tuturan Cinta Laura dan Maudy Ayunda sebagai representasi *public figure* dan artis papan atas yang berintelektualitas tinggi. Zebua dkk. (2025) melakukan riset tentang pola campur kode bahasa Indonesia dan bahasa Inggris di Instagram. Hasil penelitian menemukan bahwa alih kode di media sosial dipengaruhi oleh target audiens, dimensi linguistik, dan budaya. Selain itu, strategi linguistik untuk memperluas jangkauan audiens meliputi *bilingual*, alih kode lokal/ regional, dan bahasa formal/ informal.

Riset-riset di atas (Haryanto & Mahendra, 2021; Isnaini dan Anindita, 2022; Daulay, dkk., 2023; Fidela, dkk., 2024; Zebua, dkk., 2025) mewakili kajian-kajian serupa yang meneliti mengenai multibahasa dalam konten Instagram. Namun, riset-riset tersebut hanya meneliti alih kode dan campur kode saja. Peneliti belum menemukan kajian yang membahas mengenai multibahasa dalam konten instagram yang

menghubungkan antara variasi bahasa yang mencakup alih kode dan campur kode dengan citra diri. Padahal, penggunaan alih kode dan campur kode tidak hanya memperkaya konten yang disajikan, tetapi juga berkaitan erat dengan menciptakan citra diri (García & Wei, 2015) yang lebih kompleks dan menarik. Citra diri merupakan salah satu faktor penentu dari penggunaan multibahasa oleh seorang pemilik akun Instagram. Oleh karena itu, penulis memperdalam kajian yang telah dilakukan pada penelitian sebelumnya dengan menambahkan kajian mengenai citra diri pada konten Instagram.

Dalam merespons gap yang ada pada riset-riset sebelumnya, penelitian ini dilaksanakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan multibahasa dalam konten Instagram @kartikabellaa, dengan fokus pada alih kode, campur kode, dan bagaimana hal ini berkontribusi pada pembentukan citra diri pengguna. Penelitian ini sangat penting untuk dilakukan mengingat penggunaan multibahasa dan variasi bahasa yang digunakan di Instagram, dalam derajat tertentu, memengaruhi tumbuh kembangnya suatu bahasa dan hal ini merupakan suatu kajian sosiolinguistik (Chaer dan Agustina, 2010). Kedudukan bahasa dalam ranah sosiolinguistik ditempatkan sebagai bagian dari sistem sosial, sistem komunikasi, masyarakat, dan kebudayaan tertentu (Batrisyia dkk., 2024; Rejeki & Afnita, 2023).

METODE

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami fenomena variasi bahasa yang terjadi pada sebuah akun media sosial Instagram, @kartikabellaa. Pendekatan ini cocok digunakan karena fokus utamanya adalah mengeksplorasi makna dan penggunaan bahasa dalam interaksi sosial yang kompleks, seperti penggunaan multibahasa dalam percakapan imajinatif yang dilakukan pada konten @kartikabellaa di Instagram dan bagaimana identitas digital sang pemilik akun sebagai penutur multibahasa direpresentasikan.

Data dalam penelitian ini adalah konten yang diunggah oleh Bella Amelia pada akun Instagram pribadinya. Konten berbentuk *reels* yang diteliti melibatkan penggunaan multibahasa, yaitu bahasa Inggris, Indonesia, dan Jawa. Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua bentuk interaksi imajinatif

antara Bella dan karakter "Kenzo" pada *Reels Instagram* yang menunjukkan variasi bahasa alih kode dan campur kode. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* (Creswell, 2003) untuk memilih konten yang mencerminkan campuran bahasa yang relevan dengan tujuan penelitian. Sampel yang diteliti berjumlah 5 *posting-an reels* Instagram pada akun @kartikabellaa, kelima sampel tersebut tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1.

Data Konten *Reels* Instagram @kartikabellaa

Judul Konten	Tanggal Posting	Jumlah Viewers
<i>When Mami Angry to Her Anak Lanang Murid International School.</i>	2 Februari 2024	3,6 juta
<i>When Mami Pusing Sama Pergaulan Murid Internasyenel School</i>	7 Februari 2024	10,2 juta
<i>When Kenzo Envy to Timi</i>	12 Februari 2024	1,2 juta
<i>When Kenzo Takut Sama Aunty</i>	31 Juli 2024	436 ribu
<i>When Drama Reshuffled Classmate</i>	8 agustus 2024	146 ribu

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi dan analisis konten (Creswell, 2003). Peneliti mengumpulkan data melalui observasi terhadap konten berbentuk *reels* yang diunggah Bella Amelia di akun Instagram-nya. Observasi ini bertujuan untuk mencatat penggunaan bahasa, perubahan kode, dan peralihan bahasa dalam percakapan imajinatif Bella Amelia yang memerankan karakter "Mami" dengan karakter "Kenzo". Data tersebut, kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi elemen-elemen multibahasa seperti alih kode, campur kode, dan citra diri Bella Amelia.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*) dengan menafsirkan data hasil observasi dan analisis konten yang diproses dengan cara mengidentifikasi pola alih kode, campur kode,

dan citra diri Bella Amelia berdasarkan percakapan pada *reels* Instagram-nya.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Penggunaan Variasi Bahasa dalam Konten Instagram: Alih Kode dan Campur Kode

Berdasarkan hasil analisis dari observasi yang peneliti lakukan terhadap 5 *reels* yang diunggah oleh akun Instagram @kartikabelaa didapatkan hasil bahwa terjadi 81 alih kode dan 111 campur kode dengan rincian yang dipaparkan pada Tabel 2 di bawah.

Tabel 2.

Analisis Data Alih Kode dan Campur Kode

Judul <i>Reels</i>	Jumlah	
	Alih Kode	Campur Kode
<i>When Mami Angry to Her Anak Lanang Murid International School.</i>	13	24
<i>When Mami Pusing Sama Pergaulan Murid Internasyenel School</i>	9	46
<i>When Kenzo Envy to Timi.</i>	12	23
<i>When Kenzo Takut Sama Auntu</i>	9	22
<i>When Drama Reshuffled Classmate</i>	9	31

Dalam konten reels @kartikabelaa, campur kode dan alih kode tersebut terjadi pada konteks percakapan informal antara Mami dan Kenzo. Frekuensi terjadinya campur kode dan alih kode tersebut begitu sering terjadi dikarenakan Mami dan Kenzo berada di lingkungan multikultural di mana Mami berlatar belakang Jawa-Indonesia namun bekerja sebagai guru Bahasa Inggris di Montessori, sementara Kenzo adalah anak imajiner yang menimba ilmu di sekolah internasional dan mempunyai ayah berkewarganegaraan Korea.

Campur kode dan alih kode juga terjadi sebagai respons emosional karakter Mami terhadap anaknya Kenzo apabila melakukan suatu hal yang dianggap kurang pantas. Karakter Mami banyak menggunakan bahasa Jawa untuk mengekskesikan emosinya. Penggunaan bahasa Inggris dipakai agar lebih komunikatif saat bercakap-cakap dengan Kenzo. Sedangkan representasi bahasa Indonesia bersifat netral dan

digunakan untuk menekankan hal-hal yang bersifat formal.

Temuan penggunaan multibahasa yang berupa alih kode dan campur kode dalam konten reels Instagram @kartikabelaa memperkuat temuan-temuan riset sebelumnya (Haryanto & Mahendra, 2021; Isnaini dan Anindita, 2022; Fidela, dkk., 2024; Zebua, dkk., 2025) yang mengindikasikan bahwa alih kode dan campur kode adalah fenomena kebahasaan yang sering diaplikasikan dalam media sosial, terutama Instagram.

Alih Kode

Beberapa contoh alih kode pada reels akun @kartikabelaa digambarkan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3.

Klasifikasi Data Alih Kode

Jenis Alih Kode	Data	
Situasional	1.	M: <i>Why? Your teacher told me loh and your teacher gonna e-mail your dad loh ya. Ya allah</i>
	2.	K: <i>I ga mau lunch box ini.</i> M: <i>Why?</i>
	3.	M: <i>We straight home.</i> K: <i>But I mau beli toy.</i>
	4.	M: <i>Honey come, look! It's Mami friends.</i> K: <i>Omo.</i>
	5.	K: <i>But Mami try request juga lah. Mami kan powerful.</i> M: <i>What? No! What do you mean mami powerful, mami powerful.</i>
Metaforis	1.	M: <i>Opo'o se kamu ini? Why? What happen?</i>
	2.	M: <i>Ya allah ... who said like that?</i> K: <i>My friends.</i>
	3.	M: <i>Kenapa harus beli mainan? Kan kemarin sudah.</i> K: <i>Iya sih, tapi I want.</i>
	4.	M: <i>Come on shake hand yang sopan gitu loh. Be polite with Mami friend you ya. Ayo, go!</i> K: <i>No ah, Mami. I takut to that auntu.</i>

	5.	<p>M: <i>Or during sport day. You loh telpon-telponan everyday with Timi, ya lah toh? Opo itu, gaming?</i></p> <p>K: <i>Iya, gaming.</i></p>
--	----	--

Wardough dalam Jannah (2023) menyatakan bahwa penyebab terjadinya alih kode situasional dikarenakan adanya perubahan situasi yang menyebabkan perubahan bahasa untuk menyesuaikan dengan kebutuhan saat melakukan interaksi bahasa. Penutur mengubah bahasa yang digunakannya sesuai dengan perubahan audiens, lokasi, atau aktivitas yang sedang berlangsung (Blom dan Gumperz dalam Randi dkk., 2023).

Dalam contoh kalimat pada sampel percakapan alih kode situasional nomor 1 yang tertera pada tabel, "*Your teacher told me loh and your teacher gonna e-mail your dad loh ya. Ya Allah*" Pada kalimat tersebut terdapat perubahan konteks karena Mami awalnya berbicara dengan nada bertanya (menggunakan bahasa Inggris), tetapi ketika membahas konsekuensi dari tindakan Kenzo (laporan dari guru dan *e-mail* ke ayahnya), nada tuturan berubah menjadi lebih serius. Alih kode situasional ini juga dipengaruhi perubahan partisipan. Pada awalnya, Mami berbicara langsung kepada Kenzo, tetapi ketika menyebutkan guru dan ayahnya, tuturan mulai mengarah ke konteks yang lebih luas (otoritas orang dewasa). Alih kode situasional semakin tampak dengan adanya pergeseran ke bahasa Indonesia "Ya Allah" yang menandakan keterlibatan emosi yang lebih tinggi.

Alih kode situasional dalam percakapan antara Kenzo dan Mami juga terjadi karena adanya perubahan konteks komunikasi dan pergeseran fungsi bahasa. Pada sampel percakapan alih kode situasional nomor 5, kalimat "*But Mami try request juga lah. Mami kan powerful.*" Kalimat ini merupakan campuran antara bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Kenzo awalnya berbicara dalam konteks permintaan santai. Namun Mami kemudian merespons dengan nada tegas dan mempertanyakan maksud Kenzo, "*What? No! What do you mean Mami powerful, Mami powerful.*" yang menyebabkan pergeseran suasana percakapan. Pada percakapan tersebut terdapat perubahan fungsi bahasa saat Kenzo menggunakan bahasa Inggris untuk

menyampaikan permintaan atau saran, yang kemungkinan lebih sering digunakan dalam interaksi sehari-hari mereka. Ia juga beralih ke bahasa Indonesia untuk menekankan argumennya dengan gaya yang lebih ekspresif. Sedangkan Mami tetap dalam bahasa Inggris untuk menekankan keterkejutan dan ketidaksetujuannya.

Selain alih kode situasional, Wardough dalam Jannah (2023) menjelaskan tentang alih kode metaforis yang disebabkan oleh penggunaan bahasa atau ragam bahasa tersebut merupakan metafor yang melambangkan identitas penutur. Pada sampel percakapan nomor 2 dalam Tabel 3, alih kode metaforis pada percakapan tersebut terjadi ketika Kenzo menggunakan bahasa Inggris dalam frasa "*I want*" setelah sebelumnya menggunakan bahasa Indonesia "Iya sih, tapi". Kenzo bisa saja mengatakan "tapi aku mau" dalam bahasa Indonesia, namun penggunaan "*I want*" dalam bahasa Inggris menciptakan nuansa berbeda. Dalam konteks ini, bahasa Inggris bisa digunakan untuk memberi kesan lebih tegas, ekspresif, atau meniru gaya bahasa yang biasa ia dengar dalam konteks tertentu (misalnya dari orang tua, media, atau lingkungan *bilingual*). Perubahan bahasa tersebut terjadi pada situasi yang sama untuk menciptakan makna tambahan atau mengubah hubungan sosial dalam percakapan.

Alih kode metaforis digunakan untuk menambah kedalaman emosi, menandai perpindahan topik, atau menyoroti perbedaan status sosial atau hubungan antarpemututur, bukan karena perubahan konteks fisik atau sosial. Dalam sampel percakapan alih kode metaforis nomor 2, Ujaran "Ya Allah" membawa perubahan nuansa emosional yang merupakan ekspresi spontan keterkejutan atau kekhawatiran Mami. Setelah itu, Mami beralih ke bahasa Inggris dengan kalimat "*who said like that?*", yang menunjukkan bahwa perubahan bahasa bukan karena faktor situasional, tetapi lebih kepada pilihan ekspresi yang dirasa lebih sesuai dalam konteks tersebut.

Campur Kode

Hasil analisis tentang campur kode pada konten *reels* @kartikabellaa digambarkan pada Tabel 4 di bawah.

Tabel 4.
Klasifikasi Data Campur Kode

Jenis Campur Kode	Data	
Kata	1.	<i>You hit your friend Timi ta, huh? Why?</i>
	2.	<i>Wes ya, tomorrow, start from tomorrow, mummy will not bring you any smuggle lunch box anymore.</i>
	3.	<i>Ee... what do you mean everyday buy new toys?</i>
	4.	<i>It's okay, aunty sosis ... aunty sosis.</i>
	5.	<i>Ya ... of course lah.</i>
Frasa	1.	<i>Kau ojo, ojo ngisin-ngisini mami. Dooh</i>
	2.	<i>This is Indonesian ancient lunch box.</i>
	3.	<i>Timi mom always get him a new toy.</i>
	4.	<i>It's Mami friends.</i>
	5.	<i>That's the best for you and you have to try to fit in.</i>
Klausa	1.	<i>I want to hear your PoV. Rebutan gusek anake wong. Hola Opo?</i>
	2.	<i>Start tomorrow, you will bring rantang.</i>
	3.	<i>Lagian ya Zo, every family has their own value, has their own rules.</i>
	4.	<i>Hm ... shake hand. You have to promise me loh ya.</i>
	5.	<i>It's okay, right?</i>

Percakapan-percakapan dalam konten *reels* @kartikabella didominasi oleh tuturan berbahasa Inggris yang disisipi kata, frasa, dan klausa bahasa Jawa dan bahasa Indonesia (Madu, 2024) seperti yang tampak pada Tabel 4. Penggunaan partikel “ya” dan “lah” seringkali diucapkan oleh Mami dan Kenzo. Sedangkan partikel bahasa Jawa seperti “ta”, “wes/wis”, dan “yo” tampak seringkali diucapkan oleh Mami. Terdapat pula kata khas “doh/ doh kah” yang sering diucapkan oleh Mami untuk menunjukkan ekspresi heran atau kesal akan tingkah laku Kenzo seperti yang tampak pada penggalan tuturan Mami di *reels* yang berjudul “When Mami Pusing Sama Pergaulan Murid

Internasyenel School” berikut: *Start tomorrow, you will bring rantang. You know rantang? Show it to your friend. Friend, this is rantang, friend. This is Indonesian ancient lunch box. Your smuggle compare to this is nothing. Kok iso, doh kah!*

Dalam konteks ini, campur kode memperkuat ekspresi emosional. Kata “doh kah” berfungsi sebagai ekspresi keheranan, kekesalan, atau frustrasi Mami yang merasa pusing terhadap pergaulan dan cara berpikir Kenzo. Kata “doh kah” dapat berfungsi sebagai penanda sikap sarkastik atau menyindir terhadap perilaku yang dianggap tidak masuk akal, serta merupakan bentuk penekanan dalam percakapan multibahasa agar emosi tersampaikan dengan lebih kuat.

Jenis campur kode yang ditemukan berikutnya adalah campur kode frasa (Muhari, 2023). Dalam Tabel 4 telah diberikan contoh campur kode frasa dari masing-masing *reel* yang diteliti dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Kau ojo, ojo ngisin-ngisini Mami dooh*

Frasa “*ojo, ojo ngisin-ngisini*” adalah frasa verbal dalam bahasa Jawa yang berarti “jangan, jangan memermalukan”. Frasa ini dipertahankan dalam bahasa Jawa, meskipun bagian lain dari kalimatnya menggunakan bahasa Indonesia. Fungsi utama dari frasa ini adalah sebagai perintah atau larangan. Penggunaan bahasa Jawa dalam larangan menambah intensitas ekspresi dibandingkan jika menggunakan bahasa Indonesia saja.

2. *This is Indonesian ancient lunch box.*

Frasa “*Indonesian ancient lunch box*” adalah frasa nominal dalam bahasa Inggris. Frasa ini berfungsi untuk mempertegas identitas budaya dengan mengombinasikan istilah dalam bahasa Inggris untuk menyebut “rantang”, benda yang khas dari budaya Indonesia. Frasa ini juga memberikan penekanan ekspresif dan menunjukkan pengaruh multibahasa dalam komunikasi sehari-hari.

3. *Timi mom always get him a new toy.*

“*Timi mom*” adalah frasa nominal yang terdiri dari nama Timi (bahasa Inggris) dan *mom* (bahasa Inggris). dalam konteks ini, penggunaan “*Timi mom*” tidak mengikuti tata bahasa baku bahasa Inggris yang seharusnya, yaitu “*Timi's mom*” untuk menunjukkan kepemilikan. Penggunaan struktur ini menunjukkan pola unik dalam multibahasa yang menunjukkan gaya percakapan yang

khas yang sering mencampur bahasa dalam percakapan sehari-hari.

4. *It's Mami friends.*

Sama seperti dalam contoh sebelumnya, struktur ini mencerminkan pengaruh sintaksis bahasa Indonesia dalam penggunaan bahasa Inggris (tanpa apostrof untuk kepemilikan). "*Mami friends*" adalah frasa nominal yang terdiri dari kata Mami (bahasa Inggris yang sudah teradopsi dalam bahasa Indonesia) dan *friends* (bahasa Inggris).

5. *That's the best for you and you have to try to fit in.*

"*Fit in*" adalah frasa verba dalam bahasa Inggris yang berarti menyesuaikan diri atau beradaptasi. Frasa verba menunjukkan tindakan atau proses. Frasa ini digunakan untuk menyatakan makna yang lebih spesifik, lebih ringkas dan alami dibandingkan jika diterjemahkan ke bahasa Indonesia. Frasa kerja seperti ini sering dipertahankan karena memiliki makna idiomatis yang sulit diterjemahkan dengan nuansa yang sama dalam bahasa Indonesia.

Berbeda dengan campur kode pada tingkat kata atau frasa, campur kode klausa melibatkan satu unit sintaksis yang lebih besar, yakni klausa lengkap dengan subjek dan predikat. Campur kode klausa biasanya muncul dalam komunikasi *bilingual* atau *multilingual* ketika penutur merasa lebih nyaman atau lebih ekspresif dalam menggunakan bahasa tertentu untuk menyampaikan suatu ide atau gagasan.

Dalam Tabel 4 dicantumkan 5 contoh campur kode klausa dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *I want to hear your PoV. Rebutan gusek anake wong. Hola Opo?*

Kalimat ini terdiri dari beberapa klausa yang berasal dari bahasa Inggris dan Bahasa Jawa. Klausa "*I want to hear your PoV.*" Klausa ini merupakan kalimat utama dalam bahasa Inggris yang berarti "Aku ingin mendengar sudut pandangmu." "PoV" adalah singkatan dari *point of view*, istilah dalam bahasa Inggris yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari. Klausa berikutnya adalah "*Rebutan gusek anake wong,*" yang diikuti dengan frasa "*hola opo?*" Dalam bahasa Jawa, "rebutan" berarti berebut, "gusek" berarti sesuatu yang sedang diperebutkan (bisa berupa barang), dan "*anake wong*" berarti "anak orang lain."

Sedangkan "*Hola*" merupakan bentuk lain dari kata "lah," "lha," atau "loh". Adapun "*Opo?*" berarti "Apa?" dalam bahasa Jawa. Klausa ini menggambarkan situasi perebutan sesuatu oleh anak-anak. Secara keseluruhan, frasa ini berfungsi untuk mengekspresikan keterkejutan atau penekanan terhadap sesuatu yang baru saja dikatakan sebelumnya.

2. *Start tomorrow, you will bring rantang.*

"*Start tomorrow,*" secara gramatikal merupakan bentuk *ellipsis* dari klausa penuh, yaitu "*Starting tomorrow,*" atau "*From tomorrow onwards,*" yang berarti "Mulai besok." Ini adalah ungkapan dalam bahasa Inggris yang sering digunakan untuk menandai waktu mulai suatu kejadian. Sedangkan "*you will bring*" adalah klausa dalam bahasa Inggris yang berarti "kamu akan membawa." yang kemudian diikuti oleh kata "rantang" dalam bahasa Indonesia yang merujuk pada wadah makanan bertingkat (*tiffin box*).

Penggunaan bahasa Inggris menunjukkan bahwa pembicara berada di lingkungan multibahasa. Penyebutan "rantang" dimaksudkan untuk mempertahankan unsur budaya Indonesia dalam percakapan, yang bisa menjadi bentuk *pride* atau kebanggaan atas identitas budaya.

Campur kode sering digunakan untuk membuat percakapan lebih alami dan nyaman bagi penutur yang terbiasa menggunakan lebih dari satu bahasa. Dalam kasus ini, penggunaan "*Start tomorrow, you will bring rantang.*" terasa lebih luwes dibandingkan jika harus menerjemahkan semuanya ke dalam satu bahasa.

3. *Lagian ya Zo, every family has their own value, has their own rules.*

Kalimat ini terdiri dari dua bagian utama yang menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, yaitu "Lagian ya Zo," (Bahasa Indonesia) dan "*every family has their own value, has their own rules*" (Bahasa Inggris). "Lagian" merupakan adverbial dalam bahasa Indonesia yang berarti "selain itu" atau "lagi pula." "Ya Zo" adalah bentuk panggilan kepada Kenzo yang menambahkan unsur percakapan santai. Sedangkan "*Every family has their own value., has their own rules.*" merupakan dua klausa koordinatif dengan pola paralelisme yang berarti "setiap keluarga memiliki nilai mereka sendiri, memiliki aturan mereka sendiri."

Frasa "Lagian ya Zo," digunakan sebagai pengantar dalam bahasa Indonesia sebelum masuk ke klausa utama dalam bahasa Inggris. Ini menunjukkan bahwa pembicara (Mami) mungkin ingin menekankan bagian utama pesan dalam bahasa yang lebih familiar bagi Kenzo yang terbiasa berbahasa Inggris di sekolahnya. Penggunaan bahasa Inggris dalam "every family has their own value, has their own rules." digunakan karena konsep "value" dan "rules" lebih sering dipakai dalam konteks multibahasa dibandingkan dengan padanan langsung dalam bahasa Indonesia.

4. *Hm ... shake hand. You have to promise me loh ya.*

Kalimat "*Hm ... shake hand. You have to promise me loh ya.*" memiliki klausa bahasa Inggris dengan tambahan partikel bahasa Indonesia. "*Shake hand*" adalah bentuk tidak baku dari "*shake hands*", yang berarti berjabat tangan. Frasa ini digunakan sebagai instruksi atau perintah singkat. Sedangkan "*You have to promise me*" (yang artinya "Kamu harus berjanji padaku." dan partikel "loh ya" berfungsi sebagai penekanan dan ekspresi. Dengan demikian, fungsi campur kode ini adalah untuk memberikan penekanan, menciptakan gaya bicara yang lebih natural, serta menyesuaikan dengan lingkungan multibahasa.

5. *It's okay, right?*

Kalimat ini sebenarnya tidak mengandung campur kode jika hanya terdiri dari bahasa Inggris. Namun, dalam konteks penggunaan dalam percakapan multibahasa, frasa ini sering muncul dalam wacana yang bercampur dengan bahasa Indonesia. "*It's okay*" merupakan klausa independen yang berarti "Tidak apa-apa" atau "Gak masalah." sedangkan kata "*right?*" tag question yang digunakan untuk meminta konfirmasi atau persetujuan dari lawan bicara. Oleh karena itu, kalimat tersebut berfungsi untuk memberikan penekanan, meminta konfirmasi, serta menciptakan kesan percakapan yang lebih santai dan natural.

Citra Diri

Citra diri seseorang yang ditampilkan pada konten Instragram haruslah menarik dan unik agar terlihat berbeda dan dapat memberikan kekhasan yang melekat pada pemilik akun tersebut. Kekhasan tersebut akan membuat sang

pemilik berpeluang untuk menjadi selebgram sekaligus *influencer* yang terkenal dan memiliki banyak pengikut, sehingga dianggap dapat memberikan pengaruh tertentu di media sosial Instagram (Alfaridzi, 2023; Montoya & Vandehey, 2008; Putra dkk., 2023).

Citra diri yang biasanya dilakukan oleh seorang pemilik akun Instagram untuk personal branding mencakup citra diri autentik (*authentic self-image*), citra diri ideal (*ideal self-image*), citra diri sosial (*social self-image*), citra diri profesional (*professional self-image*), citra diri estetis (*aesthetic self-image*), citra diri aktivis (*activist self-image*), citra diri humoris (*humorous self-image*), dan citra diri inspiratif (*inspirational self-image*).

Tabel 5, di bawah, menggambarkan citra diri yang dibangun oleh Bella Amelia dalam postingan *reels* di akun Instagram-nya.

Tabel 5.
Analisis Citra Diri

Jenis Citra Diri	Kalimat
Autentik	"Why? What happen? What happen? I want to hear your reason. Why? I want to hear your PoV."
	"That's Timi, not Kenzo, okay? Ya biarin mamahnya Timi beliin Timi. Ya udah biarin gitu loh."
Ideal	"Terus mau setiap hari beli mainan? Ngga kaya gitu kan? We don't do that, right?"
	"Come on shake hand yang sopan gitu loh. Be polite with Mami friend you ya. Ayo, go!"
Sosial	"It's okay no need to make friend with that kind of friend."
	"But still, you can see him in the cafeteria, right?"
Profesional	"Mami will always respect what the school set for you."
	"Don't make such a habit loh, Zo. That's not a good habit."
Estetis	"Rebutan gusek anake wong, hola Opo?"
	"This is rantang, friend. This is Indonesian ancient lunch box."
Aktivis	"Ya let them be lah. Let Timi listen to his mom and you listen to your mom."

	"Wis mene yo tuko no pabrik eraser."
Humoris	"Your smuggle compare to this is nothing. Kok iso, doh kah!"
	"Ya ya, shake hand sini. It's okay, aunty sosis ... aunty sosis."
Inspiratif	"Show it to your friend. Friend, this is rantang, friend."
	"You have to promise me loh ya. You promise, promise. Go!"

Berdasarkan analisis terhadap kelima postingan *reels* @kartikabellaa, penulis berhasil mendapatkan citra diri paling dominan dalam setiap percakapan, yaitu:

1. Konten "*When Mami Angry to Her Anak Lanang Murid International School*" menampilkan citra diri humoris dominan, yang tampak saat Mami menggunakan humor untuk merespons situasi serius dengan cara yang ringan. Mami juga menampilkan citra diri autentik dan sosial sebagai pelengkap.
2. Konten "*When Mami Pusing Sama Pergaulan Murid Internasyenel School*" menampilkan citra diri inspiratif yang dominan. Mami menanamkan nilai-nilai moral dan kebanggaan budaya lokal kepada Kenzo. Pada konten ini, Mami juga menampilkan citra diri humoris sebagai pelengkap.
3. Konten "*When Kenzo Envy to Timi*" menampilkan citra diri autentik yang dominan. Mami berbicara dengan tegas dan jujur, tanpa terpengaruh oleh standar sosial orang lain. Mami juga menampilkan citra diri sosial dan humoris sebagai pelengkap.
4. Konten "*When Kenzo Takut Sama Aunty*" menampilkan citra diri humoris yang dominan. Percakapan dipenuhi dengan candaan dan lelucon yang menciptakan suasana santai. Mami juga menampilkan citra diri sosial sebagai pelengkap.
5. Konten "*When Drama Reshuffled Classmate*" menampilkan citra diri ideal dan profesional yang dominan. Mami menekankan nilai pendidikan, kemandirian, dan menghormati keputusan sekolah. Mami juga menampilkan citra diri humoris sebagai pelengkap.

Mengacu pada kelima konten tersebut, citra diri humoris adalah citra diri yang paling

dominan, muncul sebagai citra diri utama dalam dua percakapan dan sebagai citra diri pelengkap dalam tiga percakapan lainnya. Citra diri humoris sering digunakan oleh Mami sebagai strategi komunikasi untuk menyampaikan nilai-nilai kepada Kenzo dengan cara yang tidak terlalu kaku atau menggurui. Namun, humor ini tetap disertai dengan nilai-nilai inspiratif, autentik, sosial, dan profesional sesuai dengan konteks percakapan.

Penggunaan multibahasa oleh Bella Amelia dalam setiap *posting*-an yang diunggahnya menampilkan citra dirinya sebagai orang yang humoris dengan mengucapkan tuturan yang kaya akan variasi bahasa. Penampilan Bella yang ekspresif memberi kesan lucu, menarik, dan menghibur. Lebih jauh, terjadinya alih kode dan campur kode dalam setiap *posting*-an Bella telah berhasil membangun citra humoris karena Bella dapat menciptakan gaya bicara, aksent, dan ekspresi yang berbeda serta unik saat mengucapkannya. Aksent Jawa yang terdengar jelas saat Bella berbicara multibahasa menambah kesan lucu (humoris), apalagi saat Bella ingin mengungkapkan sesuatu yang bersifat emosional, contohnya saat ia mengucapkan kata 'gimana', 'why', 'ya Allah', dan 'doh kah'.

Bella juga sering menampilkan citra diri autentik pada karakter Mami yang berbicara secara jujur dan spontan kepada anaknya, tanpa pencitraan berlebihan. Ia menunjukkan gaya *parenting* yang tegas, realistis, dan tidak terpengaruh oleh standar orang lain. Bella pun sering membagikan momen-momen dari kehidupan pribadinya, seperti aktivitas harian, hobi, atau waktu bersama keluarga dan teman. Hal ini menciptakan kesan autentik dan membuat pengikut merasa lebih dekat serta terhubung dengan kehidupannya.

Sebagai pelengkap, Bella juga sering menampilkan citra diri sosial dalam perannya sebagai Mami. Selain itu, Mami juga berusaha mengajarkan etika sosial kepada Kenzo, meskipun dengan cara yang santai dan jenaka. Mami menunjukkan kepedulian terhadap hubungan sosial dan dampaknya saat berusaha menenangkan Kenzo dengan menunjukkan bahwa perubahan kelas bukan berarti kehilangan pertemanan. Citra diri sosial juga terlihat saat Mami menyadarkan Kenzo bahwa dalam masyarakat, setiap keluarga memiliki aturan dan nilai yang berbeda, dan itu adalah sesuatu yang harus dihormati.

Pada beberapa *posting-an reels* yang diunggahnya. Bella juga kerap berkolaborasi dengan *influencer* lain atau merek tertentu dalam *posting-annya*. Kolaborasi ini menunjukkan keterlibatannya dalam komunitas yang lebih luas dan memperluas jaringan sosialnya, sekaligus memberikan variasi konten yang menarik bagi pengikutnya. Melalui fitur komentar dan pesan langsung, Bella secara aktif berinteraksi dengan pengikutnya. Respons terhadap komentar dan pertanyaan menunjukkan bahwa ia menghargai audiensnya, membangun hubungan yang lebih erat, dan menciptakan komunitas yang suportif di sekitar akunnya.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa konten Instagram Bella Amelia menunjukkan variasi multibahasa yang signifikan, dengan penggunaan alih kode dan campur kode yang berfungsi untuk menciptakan interaksi yang lebih dinamis dengan para pengikutnya. Alih kode dan campur kode antara bahasa Indonesia, Inggris, dan Jawa dalam percakapan imajinatif antara Mami dengan Kenzo, tidak hanya mencerminkan kemampuan multibahasanya, tetapi juga membentuk citra diri yang menarik bagi audiens, terutama dalam konteks hiburan dan humor.

Bella Amelia menunjukkan citra humoris, autentik, dan sosial untuk memperkuat kedekatan dengan pengikutnya, yang sejalan dengan tren penggunaan media sosial sebagai sarana membangun *personal branding*. Citra diri humoris ini yang menyebabkan *posting-an* Bella selalu mendapat respons positif dari para pengikutnya dan menjadi ciri khas yang selalu ditampilkan dalam setiap *posting-annya*. Citra diri autentik juga menjadi daya tarik karena Bella tampil berperan sebagai Mami yang berbicara dengan spontan dan tampil apa adanya. Citra sosial juga berhasil dibangun dengan baik oleh Bella. Sosok Mami sebagai seorang ibu yang membina rumah tangga dengan suami yang berkewarganegaraan asing tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional dan kebudayaan Indonesia, yang memperkaya narasi tentang identitas multikultural dalam kehidupan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaridzi, M. M. 2023. *Personal branding Rizky Alatas di media sosial Instagram sebagai influencer* (S1 thesis). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Arrahmah, T. S. 2023. *Analisis alih kode dan campur kode pada keluarga campuran Indonesia-Jepang dalam video TikTok* (S1 thesis). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Awan, F., & Gauntlett, D. 2013. Young people's uses and understandings of online social networks in their everyday lives. *Young*, 21(2), 111-132.
- Aziza, S. N., & Dallyono, R. 2024. Analisis alih kode dan campur kode serta elemen visual pada iklan make-up PT. Paragon di Instagram. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 12(2), 339-350.
<https://ejournal.unp.ac.id/index.php/ibs>
- Batrisyia, A., Putri Nabila, M., Siringoringo, N. D., & Hasanah Harahap, S. 2024. *Dinamika Variasi Bahasa dalam Kerangka Sociolinguistik terhadap Analisis Faktor-faktor Sosial dalam Perubahan Bahasa di Masyarakat Multibahasa pada Era Globalisasi*. *Journal on Education*, 6(4), 21448-21454.
- Blackwood, R., 2019. Language, images, and Paris Orly airport on Instagram: multilingual approaches to identity and self-representation on social media. *International journal of multilingualism*, 16(1), pp.7-24.
- Boyd, D. 2010. *Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications*. In *A networked self* (pp. 47-66). Routledge.
- Chaer, A., & Agustina, L. 2010. *Sociolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Coulmas, F., 2018. *An introduction to multilingualism: Language in a changing world*. Oxford University Press.
- Creswell, J. W. 2003. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (2nd ed.). Sage Publication.
- Daulay, S.H., Bahar, T., Putri, A. and Batubara, P.F. 2023. Various wordings of propaganda on social media: Cases from Instagram application. *Journal of Linguistics, Literacy, and Pedagogy*, 2(2), pp.100-107.
- Fadhillah, P. A., Akbarjono, A., & Heriadi, M. 2023. Alih kode dan campur kode dalam postingan Maudy Ayunda di Instagram. *Jurnal Pustaka Indonesia*, 3(1), 99-111.

- Fatjeriyah, N. A., Andini, F. I., Safira, F. D., Zulkarnain, M. K., Rizky, V.S., Nabilla, R., & Hayati, E.N. 2023. Pengaruh Media Sosial terhadap Penggunaan Bahasa. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 472-478.
- Fidela, R., Ari Asfar, D., & Syahrani, A. 2024. Tuturan Campur Kode Cinta Laura dan Maudy Ayunda dalam Podcast Bicara Cinta: Kajian Sociolinguistik. *IdeBahasa*, 6(1), 10-32.
- García, O. and Wei, L., 2015. Translanguaging, bilingualism, and bilingual education. *The handbook of bilingual and multilingual education*, pp. 223-240.
- Haryanto, S., & Mahendra, A. 2021. Types and reasons of using code switching in Instagram. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 10(6), 143-152.
- Isnaini, J. and Anindita, W.K., 2022. Analysis of code switching on Sunny Dahye Instagram account. *JELLE: Journal Of English Literature, Linguistic, and Education*, 3(1).
- Jannah, M. 2023. *Alih kode dan campur kode dalam interaksi komersial migran Madura di Gang Lebar Kelurahan Jemur Wonosari Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya (Kajian sociolinguistik)* (S1 thesis). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Junior, R. C. G. 2020. Instanarratives: Stories of foreign language learning on Instagram. *System*, 94, 102330.
- Leaver, T., Highfield, T. and Abidin, C., 2020. *Instagram: Visual social media cultures*. John Wiley & Sons.
- Madu, R. 2024. *Analisis alih kode dan campur kode dalam percakapan sehari-hari di daerah Palabuhanratu Kabupaten Sukabumi dan implikasi terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA* (S1 thesis). Universitas Pakuan Bogor.
- Montoya, P. and Vandehey, T., 2008. *The brand called you: Make your business stand out in a crowded marketplace*. McGraw Hill Professional.
- Muhari, N. 2023. *Campur kode bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia di TikTok: Kajian sociolinguistik* (S1 thesis). Universitas Hasanuddin Makassar.
- Musyahda, L. 2002. *Becoming bilingual: A view towards communicative competence*. TEFLIN Journal, 13(1)
- Musiał, K., & Kazienko, P. 2013. Social networks on the Internet. *World Wide Web*, 16, 31-72.
- Oyighan, D., & Okwu, E. 2024. Social media for information dissemination in the digital era. *RAY: International Journal of Multidisciplinary Studies*, 10(1), 1-21.
- Putra, R. R. I., Khairunnissa, A. N., & Maulidia, A. F. 2023. *Pemanfaatan media sosial Instagram dalam personal branding pada akun @belinda.firdaa*. Dalam Prosiding Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya. Universitas Negeri Surabaya.
- Rejeki, W., & Afrita. 2023. Variasi bahasa dalam komentar pada media sosial Instagram Kalis Mardiasih: Kajian sociolinguistik. *Jurnal Education and Development*, 11(2), 409-412.
<https://doi.org/10.37081/ed.v11i2.4717>
- Randi, Septiani, E., & Sari, N. 2023. *Analisis Wujud Pilihan Bahasa pada Akun Instagram Ryaas Randa (ryaas_r)*. Prosiding Konferensi Berbahasa Indonesia Universitas Indraprasta PGRI. 179-185.
- Russmann, U. and Svensson, J., 2016. Studying organizations on Instagram. *Information*, 7(4), p.58.
- Sukmana, A.A., Wardarita, R. and Ardiansyah, A., 2021. Penggunaan alih kode dan campur kode dalam acara matanajwa pada stasiun televisi trans7. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 5(1), pp.206-221.
- We are Social. 2024, January 31. Digital 2024: 5 Billion Social Media Users. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Zebua, Y., Munthe, L., Manik, S. and Suprayetno, E., 2025. Code-Mixing of Indonesian and English on Instagram Social Media. *Journal of Applied Linguistics*, 4(2), pp.292-301.