

Alih Kode dan Campur Kode pada Akun Instagram @Londokampung: Kajian Sociolinguistik

Yuni Arta Yuda Wicaksana¹, Udjang Pairin M. Basir², Yuniseffendri³

¹ Universitas Negeri Surabaya, Indonesia; yuni.20021@mhs.unesa.ac.id

² Universitas Negeri Surabaya, Indonesia; udjangjw@unesa.ac.id

³ Universitas Negeri Surabaya, Indonesia; yuniseffendri@unesa.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords:

Language Variations;
Sociolinguistics;
Instagram;
Instagram Account
@Londokampung

Article history:

Received 2024-03-27

Revised 2024-05-17

Accepted 2024-06-30

ABSTRACT

This research aims to explore the forms of language variants in the form of types of sociolect, diction, code switching and code mixing which is used on the Instagram account @Londokampung. This is qualitative research and the research data was taken from transcripts of conversations in videos uploaded to the Instagram account @Londokampung. Furthermore, based on analysis of the transcript data obtained, there are forms of code switching and code mixing used in conversations in videos on the Instagram account @Londokampung. The form of code switching is in the form of a regional language, namely Javanese, with a foreign language, namely English. Meanwhile, based on the data that has been found and collected, there is a form of code mixing that is used, namely in the form of language insertion using regional languages, namely Javanese and also foreign languages, namely English and using Indonesian.

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.



Corresponding Author:

Yuni Arta Yuda Wicaksana

Universitas Negeri Surabaya, Indonesia; yuni.20021@mhs.unesa.ac.id

1. PENDAHULUAN

Dalam berinteraksi, seseorang membutuhkan alat bantu yaitu sebuah bahasa yang sejatinya memiliki sifat mana suka dan digunakan untuk berkomunikasi di dalam masyarakat. Lebih lanjut lagi, adapun tujuan seseorang menggunakan bahasa yaitu untuk menghasilkan beberapa bunyi dengan struktur tertentu dan berurutan, seperti halnya yang dikemukakan oleh Sumarsono (2014:18) bahwa bunyi-bunyi yang dihasilkan tersebut merupakan lambang yang memberikan makna yang tersembunyi yang menjadi maksud dari penutur. Di sini bahasa juga bisa dikatakan merupakan identitas diri seseorang, karena kemahiran juga kecerdasan seseorang dapat dipantau melalui interaksi sosial berbahasa yang telah digunakan. Bahasa pun akan dapat difungsikan dengan baik jika pengujar dan partner ujaran bisa saling memahami tuturan yang telah diucapkan. Sehingga, maksud yang disampaikan bisa saling dipahami satu sama lainnya.

Melalui bahasa yang dihasilkan, manusia bisa dibedakan dengan makhluk lainnya. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Nababan (1993: 1-3) yang menyebutkan bahwa bahasa merupakan kekhasan

dari manusia yang membuatnya beda dari yang lainnya. Adapun cabang ilmu pengetahuan yang membahas tentang bahasa yang disebut dengan linguistik. Lebih dalam lagi dapat dikatakan bahwa hubungan interaksi antar individu dalam masyarakat yang melibatkan alat bantu yang disebut bahasa tersebut pada akhirnya melahirkan istilah baru yang dikenal dengan sosiolinguistik. Sehingga, cakupan bahasa pun menjadi lebih luas dari sekedar alat komunikasi pada kelompok masyarakat tertentu. Di sini bahasa juga difungsikan sebagai tujuan atau maksud dari penutur kepada lawan tuturnya. Ketika bahasa direlasikan dengan masyarakat luas, maka bahasa menghadirkan istilah yang dikenal dengan sosiolinguistik. Sosiolinguistik sendiri merupakan gabungan dari *sosio* dan *linguistik*. Kata *sosio* merujuk pada hal yang berhubungan dengan sosial kemasyarakatan yaitu kegunaan bahasa di dalam masyarakat luas beserta variasi yang menghiasinya, sedangkan kata *linguistik* merupakan bahasan yang mencakup soal kebahasaan beserta segala aspek penyusun di dalamnya. Dari penjabaran tersebut, maka fokus cakupan sosiolinguistik meliputi variasi bahasa yang merupakan manifestasi dari interaksinya dengan masyarakat.

Sedangkan kemunculan *Instagram* terdiri dari asal kata '*Insta*' yang berarti '*instan*' dan '*gram*' yang merupakan asal dari *telegram*. Sehingga gabungan kata *Instan* dan *Telegram* tersebut memunculkan kata baru yaitu *Instagram* yang memungkinkan penggunaannya untuk memanfaatkan fasilitas di dalamnya yaitu meliputi pengunggahan berbagai foto juga video yang biasanya dilengkapi dengan *caption* atau kalimat keterangan yang bisa dilakukan dengan sangat mudah. Sedikit menelik perkembangan pada pengguna aplikasi Instagram yang dilaporkan pada Desember 2010 sudah mencapai satu juta pengguna yang telah terdaftar. Ini artinya jika Instagram mempunyai andil dan menjadi salah satu media sosial dengan banyak pengguna dan jumlah tersebut terus bertambah. Dengan kemudahan fitur yang ditawarkan Instagram yang menjadikannya salah satu aplikasi terfavorit di kalangan masyarakat ini, pada akhirnya memunculkan akun-akun di laman Instagram tersebut seperti akun bisnis, akun kuliner, akun gosip, akun hiburan, dan akun humor. Dan dalam penelitian ini akan menggunakan laman Instagram yang akan dikaji di sini yaitu akun Instagram *@londokampung* yang di dalamnya berisi hiburan dengan menggunakan berbagai variasi bahasa.

Penelitian ini didasari dari ketertarikan peneliti yang telah mengamati jika sebagian besar pengguna Instagram di Indonesia yang kebanyakan menggunakan bahasa Indonesia dalam setiap unggahannya. Namun, lain lagi dengan akun Instagram *@londokampung* yang di dalamnya berani menciptakan hal baru dengan menggunakan berbagai bahasa yang semata-mata bertujuan untuk menghibur atau seperti akun humor yang dari segi sosiologis merupakan bentuk manifestasi bentuk dari kemunculan variasi bahasa tersebut. Variasi bahasa dapat terbentuk karena adanya perbedaan geografis, ekonomi, sosial, pendidikan, dan sebagainya. Salah satu variasi bahasa yang ada adalah sosiolek. Sosiolek merupakan sebuah ilmu dalam kajian sosiolinguistik yang dimana sosiolinguistik merupakan ilmu antardisiplin antara sosiologi dan linguistik. Beberapa faktor yang mempengaruhi sosiolek adalah faktor usia, faktor pekerjaan serta faktor ekonomi. Sosiolek sendiri dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu akrolek, basilek, vulgar, slang, kolokial, jargon, argot, dan ken. Namun, dalam penelitian ini tidak membahas faktor-faktor yang mempengaruhi sosiolek tersebut, melainkan lebih difokuskan pada alih kode dan campur kode pada akun Instagram *@londokampung*.

2. METODE

Ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, sebab data yang diperoleh adalah berupa kalimat-kalimat berdasarkan ujaran dari postingan di akun Instagram *@londokampung* dengan sosiolinguistik sebagai pendekatan teoretisnya yang akan dibahas secara deskriptif. Penelitian ini akan mendeskripsikan bentuk-bentuk alih kode dan campur kode yang terdapat di dalam postingan akun *instagram @londokampung*.

Penelitian kualitatif sendiri memiliki ciri khas yaitu pada kelebihanannya dalam mengungkap kejadian secara rinci (Alwasilah, 2012:54). Prosedur dalam penelitian ini juga akan menghasilkan data yang disajikan dalam bentuk deskripsi yang berasal dari pengamatan secara seksama. Seperti halnya yang dikemukakan Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2012:4) bahwasannya penelitian kualitatif

merupakan jenis penelitian yang penyajian datanya berupa deskripsi kata-kata atau kalimat dari objek yang telah diamati yang dalam penelitian ini yaitu akun Instagram @londokampung.

Data dalam penelitian ini berupa kalimat yang diambil dari lima postingan atau reels berbentuk video di akun Instagram @londokampung yang mengandung variasi bahasa alih kode dan campur kode. Kelima postingan tersebut diunggah pada tanggal 31 Oktober 2023, 15 Juli 2023, 30 Juni 2023, 27 Juni 2023, dan 22 Juni 2023. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah akun Instagram @londokampung.

Instrumen pada penelitian ini menggunakan *human instrument*, yang artinya bahwa peneliti sendiri yang bertindak sebagai pelaksana dan mengumpulkan data untuk analisis dan membuat kesimpulan. Selain peneliti sendiri yang menjadi instrumen, dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan instrumen berupa tabel identifikasi untuk pedoman dalam penelitian. Adapun rincian hasil penelitian adalah sebagai berikut.

Analisis data dalam penelitian ini membutuhkan usaha dan kemampuan dari peneliti untuk menguasai metodologi dan teori penelitian yang telah digunakan. Ketika menganalisis data, fokus dan kemampuan berpikir dari peneliti sangat diperlukan. Sehingga, data yang telah diperoleh dapat segera diproses agar tidak kadaluwarsa. Berdasarkan klasifikasi analisis data di atas, data yang diperoleh pertama-tama yaitu pengumpulan data. Data yang diperoleh adalah dari teknik mengamati, menyimak dengan seksama, mencatat kalimat-kalimat yang telah diucapkan, dan menangkap layar (screenshot). Kedua yaitu pengklasifikasian data. Data yang diperoleh akan dipilih dan dipilah, kemudian akan dikelompokkan sesuai kategori varian bahasa berdasarkan bentuk alih kode dan campur kode tersebut. Ketiga, menampilkan data. Data yang sudah dikelompokkan sesuai kategori, akan ditampilkan berupa penjabaran secara deskriptif agar dapat lebih mudah dipahami. Keempat, kesimpulan. Kesimpulan akan dijabarkan dalam bentuk kalimat yang memuat deskripsi secara rinci.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis ini peneliti mencari ujaran-ujaran yang mengandung alih kode dan campur kode dari video akun Instagram @londokampung. Adapun rincian hasil penelitian dari bentuk alih kode dan campur kode adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Identifikasi Alih Kode dan Campur Kode

No.	Data	Sumber Data	Alih Kode	Campur Kode
1.	<i>Tenang, tenang, lek Inggris aku iso lah sitik-sitik. So, do you know where is Surabaya?</i>	31 Okt 2023	√	
2.	<i>Ok, I think I will go there. Thank you mister. Suwun yo Mas.</i>	31 Okt 2023	√	
3.	<i>Aku panen Pak, monggo, matur suwun, thank you.</i>	31 Okt 2023		√
4.	<i>I am very dreded gaes.</i>	15 Juli 2023		√
5.	<i>Dredeg like wow, oh my God! That's like that.</i>	15 Juli 2023	√	
6.	<i>Let me call my friend. Hello, eh bos gak ono tahu kuning iki nang kene. Iki ono'e tahu oranye. Lho, mok koen Boso Inggris iki, mbak e gak iso Boso Inggris, mas e yo gak iso.</i>	30 Juni 2023	√	
7.	<i>Let me ask my friend. Maybe I am in the wrong spot. Hallo Van. Gak, nang kene gak dodolan. Gak ono aku</i>	27 Juni 2023	√	

	<i>wis takok bapak e jarene ganok</i>		
	<i>Degan.</i>		
8.	<i>Chicken Soup! Nggeh sepuntene.</i>	22 Juni 2023	√
	<i>Oke, I am gonna make a video ya!</i>		

Bentuk Alih Kode (*Code Switching*)

Seperti yang dikemukakan Basir (2010:76) yang menyatakan bahwa alih kode (*code switching*) pada dasarnya merupakan peristiwa peralihan penggunaan satu kode ke dalam kode yang lain. Peristiwa peralihan kode tersebut terjadi dimaksudkan dan memiliki maksud tertentu. Berdasarkan tabel di atas, hasil penelitian ini terdapat 5 (lima) bentuk alih kode. Bentuk alih kode yang pertama yaitu seperti pada ujaran berikut:

Data 1:

<i>Perempuan</i>	:	<i>Ngene lho Mister, aku kate nang Suroboyo. Mister ero tah Suroboyo iku nang ndi?</i>
<i>Londo kampung</i>	:	<i>Tau krungu seh Suroboyo. Sek sek sek, cak cak. Iki mbak e golek i Suroboyo, sampayan ngerti gak Suroboyo, aku gak ro soale</i>
<i>Laki-laki</i>	:	<i>Sorry, I can't speak Javanese because every day I use English with my friends or my family.</i>
<i>Londo Kampung</i>	:	<i>Suanger rek, raine mbladus ngene tapi pinter Boso Inggris. Ndang raiku bule ngene gaiso belass Boso Inggris.</i>
<i>Perempuan</i>	:	<i>Tenang, tenang, lek Inggris aku iso lah sitik-sitik. So, do you know where is Surabaya?</i>

Pada ujaran tersebut, alih kode terjadi dimaksudkan untuk memberi penjelasan dan penegasan terhadap pertanyaan dari pengujar. Alih kode terjadi ketika pengujar bertanya kepada lawan bicaranya yang dalam konteks tersebut berbicara dalam bahasa Inggris. Sehingga, peralihan kode dari bahasa Jawa ke bahasa Inggris pun terjadi, yang dimaksudkan untuk mempertegas maksud pertanyaan yang diberikan tersebut.

Lebih lanjut lagi, dari hasil penelitian ditemukan ujaran yang merupakan alih kode yang kedua yaitu sebagai berikut:

Data 1:

<i>Laki-laki</i>	:	<i>I think Surabaya, I think I have heard that but I don't know where. I think you can go to the Atom market and then you can ask someone there.</i>
<i>Perempuan</i>	:	<i>Ok, I think I will go there. Thank you mister. Suwun yo Mas.</i>
<i>Laki-laki</i>	:	<i>Don't mention it.</i>
<i>Londo Kampung</i>	:	<i>Podo-podo, ati-ati mbak.</i>
<i>Perempuan</i>	:	<i>Iyo.</i>

Pada ujaran tersebut, alih kode terjadi ketika pengujar mengakhiri percakapannya dan bermaksud berpamitan dengan lawan bicaranya yang dalam konteks tersebut ada dua orang yang ingin dipamiti. Lawan bicara tersebut dalam konteks ini ada yang berbicara dalam bahasa Inggris dan bahasa Jawa. Sehingga, terjadilah peralihan kode dari pengujar yang terbentuk dari kalimat "*Thank you Mister*" yang dimaksudkan ke lawan berbicara yang dalam konteks tersebut menggunakan bahasa Inggris dan dari kalimat "*Suwun yo Mas*" yang dimaksudkan ke lawan berbicara yang dalam konteks tersebut menggunakan bahasa Jawa.

Selanjutnya berdasarkan tabel hasil penelitian, alih kode yang ketiga yaitu pada ujaran berikut:

Data 2:

<i>Perempuan 1</i>	:	<i>I am very dreded gaes.</i>
<i>Londo Kampung</i>	:	<i>What is that mean? Very what?</i>
<i>Perempuan 1</i>	:	<i>No what what.</i>

- Perempuan 3 : **Dredeg like wow, oh my God! That's like that.**
 Londo Kampung : *Oh, nervous?*
 Perempuan 3 : *Yes. Nervous, nervous.*

Pada ujaran tersebut, terdapat alih kode yang terjadi dari bahasa Jawa ke bahasa Inggris yang dimaksudkan memberi penegasan informasi mengenai makna dari kata “dredeg” dalam bahasa Jawa yang coba dijelaskan maknanya dalam bahasa Inggris agar lawan bicara memahami maksud dari penutur tersebut. Dalam bahasa Jawa ‘dredeg’ artinya gugup dan dalam bahasa Inggris “dredeg” yang coba dijelaskan pengujar yaitu memiliki makna “nervous.” Alih kode terjadi ketika pengujar dalam konteks tersebut mencoba memberi penegasan makna dari kata dalam bahasa Jawa “dredeg” ke makna dalam bahasa Inggris, karena lawan bicaranya menggunakan bahasa Inggris.

Berdasarkan hasil penelitian, penemuan ujaran yang merupakan alih kode yang keempat yaitu pada ujaran berikut:

Data 3:

- Londo Kampung : *I don't have a boss. I am a boss. I am the boss.*
 Perempuan : *Sampeyan duduk bos. Masuk ke dalam saja.*
 Londo Kampung : *I don't see over there. Do you have yellow tofu? I want to buy “oleh-oleh” for my friend in Surabaya, in Surabaya.*
 Bapak : *Oh, arep golek “oleh-oleh.”*
 Londo Kampung : **Let me call my friend. Hello, eh bos gak ono tahu kuning iki nang kene. Iki ono'e tahu oranye. Lho, mok koen Boso Inggris iki, mbak e gak iso Boso Inggris, mas e yo gak iso.**

Pada ujaran tersebut, alih kode terjadi dari bahasa Inggris ke bahasa Jawa yang dimaksudkan memberi informasi dan mengkonfirmasi yang dalam konteks tersebut apakah ada kesalahan informasi tempat, sehingga lawan bicara tidak bisa memenuhi apa yang menjadi maksud pembicara yang dalam konteks tersebut ingin membeli “tahu kuning.” Alih kode terjadi ketika pengujar yang awalnya menggunakan bahasa Inggris dengan ujaran “Let me call my friend” yang ditujukan kepada lawan bicaranya yang pertama, kemudian merubahnya ke dalam bahasa Jawa dengan ujaran “Hello, eh bos gak ono tahu kuning iki nang kene. Iki ono'e tahu oranye. Lho, mok koen Boso Inggris iki, mbak e gak iso Boso Inggris, mas e yo gak iso.” Yang ditujukan kepada lawan bicara yang kedua, yang semata-mata dimaksudkan untuk memberi kesan humor. Karena, sebenarnya pengujar mengetahui bahwa lawan bicara yang pertama tersebut tidak mengerti arti ujaran dalam bahasa Inggris.

Selanjutnya, penemuan ujaran yang merupakan alih kode yang terakhir yaitu kelima terlihat dari ujaran berikut:

Data 4:

- Londo Kampung : *Excuse me, are you sell coconut water?*
 Bapak 1 : *Iso Boso Inggris gak? Golek opo coba tanya.*
 Londo kampung : *You don't sell it? Do you sell coconut water here? Cause my friend said that you sell it here. My friend tell me to come here. So, I can find it here.*
 Bapak 2 : *Aplikasi nggak ada?*
 Londo Kampung : **Let me ask my friend. Maybe I am in the wrong spot.**
 Bapak 2 : *Oh, golek i koncone. Gak ro aku!*
 Londo Kampung : **Hallo Van. Gak, nang kene gak dodolan. Gak ono aku wes takok bapak e jarene ganok Degan.**
 Bapak 2 : *Iku lak Degan!*
 Londo Kampung : *Iki bapak e gak iso Boso Inggris. Aku gak ero Boso Indonesia e opo?*
 Bapak 2 : *Boso Indonesia e “Kelopo”*

Pada ujaran tersebut, alih kode terjadi dengan maksud seperti halnya pada temuan ujaran alih kode yang keempat di atas. Alih kode terjadi dari bahasa Inggris ke bahasa Jawa yang dimaksudkan memberi konfirmasi kepada lawan bicara satu ke lawan bicara yang kedua. Berdasarkan ujaran “*Let me ask my friend, maybe I am in the wrong spot*” yang ditujukan pengujar kepada lawan bicaranya yang pertama, yang memperlihatkan bahwa maksud dari pengujar adalah mengkonfirmasi informasi yang didapatkannya apakah sudah benar atau salah yang dalam konteks tersebut adalah tentang sebuah tempat yang dituju. Kemudian, pengujar beralih kode dalam bahasa Jawa dalam mengkonfirmasi kebenaran informasi tersebut kepada lawan bicara yang kedua dengan ujaran “*Hallo Van. Gak, nang kene gak dodolan. Gak ono aku wis takok bapak e jarene ganok Degan*” yang dimaksudkan keseluruhannya adalah memberi kesan humor. Karena, pengujar sebenarnya mengetahui bahwa lawan bicaranya yang pertama tersebut tidak mengerti ujaran dalam bahasa Inggris, dan sebenarnya malah lebih mengerti ujaran dalam bahasa Jawa.

Bentuk Campur Kode (*Code Mixing*)

Campur kode merupakan proses pemakaian lebih dari satu bahasa yang memiliki hubungan unsur kebahasaan dengan memasukkan bahasa lain dalam satu klausa (Basir, 2017:79). Berdasarkan tabel di atas, hasil penelitian ini terdapat 3 (tiga) bentuk campur kode. Penemuan ujaran campur kode yang pertama yaitu seperti pada ujaran berikut:

Data 1:

Laki-laki : *Lapo raimu guya-guyu? Kok ngilokno aku mblodas mbladus barang!*
Londo Kampung : *Aku panen Pak, monggo, matur suwun, thank you.*

Pada ujaran tersebut, campur kode terjadi dari penutur yang menunjukkan sebuah pola campur kode yang direalisasikan sesuai kaidah bahasa Jawa namun dengan penyisipan kata dalam bahasa Inggris. Selain itu, terjadinya campur kode juga direalisasikan sesuai kaidah Bahasa Jawa namun dengan menyisipkan kata dalam Bahasa Inggris yaitu “*thank you.*” Dalam hal ini, penutur melakukannya secara sengaja dengan keperluan humor.

Selanjutnya, penemuan ujaran yang merupakan campur kode yang kedua tergambar dalam ujaran berikut:

Data 2:

Londo Kampung : *Ok. Ok. All four of you? One group?*
Perempuan 1 : *Yes. One group.*
Londo Kampung : *I see. Nice one.*
Perempuan 1 : *I am very dredeg gaes.*
Londo Kampung : *What is that mean? Very what?*
Perempuan 1 : *No what what.*
Perempuan 3 : *Dredeg like wow, oh my God! That's like that.*
Londo Kampung : *Oh, nervous?*
Perempuan 3 : *Yes. Nervous, nervous.*

Pada ujaran tersebut, campur kode terjadi dari penutur yang menunjukkan sebuah pola campur kode. Campur kode yang terjadi pada data ini direalisasikan sesuai kaidah Bahasa Inggris namun dengan penyisipan kata Bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Dalam ujaran ini, dapat dilihat bahwa penutur memiliki kesadaran akan aspek kontinuitas dengan menggunakan to be (*am*). Juga, penutur menggunakan kata ‘*dredeg*’ yang merupakan ragam bahasa cakap dan bentuk informal dari ‘*grogil*’.

Ujaran yang merupakan campur kode yang terakhir dalam penelitian ini yaitu yang ketiga tergambar dalam ujaran berikut:

Data 5:

Londo Kampung : *This is soup? What is the name of the soup?*
Perempuan 2 : *Soto Ayam. Chicken Soup.*

Londo Kampung : *Alright.*
 Bapak-bapak : *Chicken Soup.*
 Londo Kampung : *Chicken Soup! Nggih sepuntene. Oke, I am gonna make a video ya!*
 Bapak-bapak : *Ya....*

Pada ujaran tersebut, campur kode terjadi dari penutur yang menunjukkan sebuah pola campur kode, yang direalisasikan sesuai kaidah Bahasa Inggris namun dengan penyisipan ujaran dalam bahasa Jawa dan dikembalikan lagi dengan ujaran dalam Bahasa Inggris. Dalam ujaran ini, dapat dilihat bahwa penutur memiliki kesadaran akan aspek makna bahasa dengan menyebutkan “*Chicken Soup*” tetapi diikuti dengan ujaran dalam bahasa Jawa “*Nggeh sepuntene*” yang merupakan ragam bahasa cakap dan bentuk bahasa Jawa halus yang artinya “*Iya, maaf*” dalam bahasa Indonesia. Kemudian, penutur mengembalikan lagi ke dalam pola bahasa Inggris dengan ujaran “*Oke, I am gonna make a video ya!*” yang artinya “*Baiklah, saya akan membuat video*” dalam bahasa Indonesia.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data transkrip yang diperoleh, terdapat bentuk alih kode dan bentuk campur kode yang digunakan dalam percakapan dalam video di akun Instagram @londokampung. Bentuk alih kode tersebut berupa bahasa daerah yaitu Jawa dengan bahasa asing yaitu Inggris. Sedangkan berdasarkan data yang telah ditemukan dan dikumpulkan, terdapat bentuk campur kode yang digunakan yaitu berupa penyisipan bahasa menggunakan bahasa daerah yaitu Jawa dan juga bahasa asing yaitu Inggris dan menggunakan bahasa Indonesia.

REFERENSI

- Agata, Adinda Oktaseska; Saifullah, Aceng Ruhendi. *Ragam Bahasa Pada Caption Instagram: Analisis Gender (Variety of Languages on Instagram Captions: Gender Analysis)*. Indonesian Language Education and Literature, [S.l.], v. 7, n. 2, p. 388-400, juli. 2022. ISSN 2502-2261. Available at: <<https://www.syekhnrjati.ac.id/jurnal/index.php/jeill/article/view/9592>>. Date accessed 09 May. 2024. <https://dx.doi.org/10.24235/ileal.v7i2.9592>.
- Alwasilah, A.C. 2012. *Pokoknya Kualitatif Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Dunia Pustaka Budaya.
- Alan, A. (2022). *Analisis Variasi Bahasa Selebgram Pada Media Sosial Instagram*. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 5974–5982. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.9241>
- Arifin, Rudi. 2022. *Pengertian Instagram Beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, Dll*. Diakses pada 08 Maret 2024, dari <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>.
- Basir, Udjang Pairin. 2010. *Sosiolinguistik Pengantar Kajian Tindak Berbahasa*. Edisi Kedua. Surabaya: Bintang Surabaya.
- Bogdan dan Taylor. 2012. *Prosedur Penelitian*. Dalam Moleong, *Pendekatan Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Departemen Pendidikan Indonesia. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2004. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fadhila, Melinda Irna. 2016. *Variasi Bahasa Pada Akun Instagram D_Kadoor: Kajian Sosiolinguistik*. Skripsi Thesis: Universitas Airlangga.
- Fithriyah, Nurunnisa' Al. 2012. *Variasi Bahasa Pada Dialog Film Red Cobex: Kajian Sosiolinguistik*. Skripsi Thesis: Universitas Airlangga.
- Maulida, Utami; Zakaria, Zakaria. *Ragam Bahasa Copywriting Bisnis Online Instagram*. *Jurnal Ilmu Pendidikan Ahlussunnah*, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 211 - 217, mar. 2021. ISSN 2620-8458. Available at: <<https://ojs.stkip-ahlussunnah.ac.id/index.php/jipa/article/view/145>>. Date accessed: 09 may 2024.
- Moleong, Lexi J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nababan. 1993. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Ningtyas, A. S., & Suharyo, S. (2023). *Variasi Bahasa dalam Instagram pada Akun Arief Muhammad (@armuh) Kajian Sociolinguistik*. *Wicara: Jurnal Sastra, Bahasa, dan Budaya*, 2(1), 91-96. <https://doi.org/10.14710/wjsbb.2023.17817>
- Sudaryanto. 1998. *Metode dan Aneka Teknik Pengumpulan Data*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sumarsono. 2014. *Sociolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ula, Alfianis Mahmudatul. 2017. *Variasi Bahasa dalam Meme di Instagram Dagelanjowo*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada.
- Zaim, M. 2014. *Metode Penelitian Bahasa: Pendekatan Struktural*. FBS UNP Press, Padang, pp. 1-123. ISBN 978-602-17017-5-1