

KETERPAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP INFORMASI DI INSTAGRAM @KEMENKOMINFO YANG MENGANDUNG CAMPUR KODE

Efsya Sariningtyas

Universitas Pendidikan Indonesia

Corresponding email: efsya.sariningtyas27@upi.edu

KEYWORDS

Code-mixing,
Kemenkominfo,
misunderstanding

ABSTRACT

The fast-paced development of the world influences how people speak. It is no longer strange to find people mixing two languages in one speech, including in government and official circles. However, this risks the public not understanding the information conveyed. It is hoped that this research will be an evaluation for the government and officials to revise and review the syntax that will be used when conveying information to the public. The method used is the descriptive method with an online survey and sampling wherever possible (convenience sampling). The objects in the survey are 10 of the last 25 image captions as of October 29 2023 on Instagram @kemenkominfo. The results show that most respondents feel doubtful about understanding the meaning of sentences mixed with English code in Indonesian information texts. Words that are not understood from the object/text are the words stakeholder, dropshipper, showcase booth, Silver Play Button, pop-up warning, watermark, prefer, and esports. And the reasons for this lack of understanding are that it is the first time hearing or reading the word or phrase, the respondent's English vocabulary is low, they don't know the meaning (according to the dictionary), the equivalent of the phrase feels ambiguous, the foreign word or phrase is rarely used in everyday life, and doubts about the meaning of words. This needs to be taken into consideration because it can result in misunderstanding and lack of understanding of information.

KATA KUNCI

Campur kode,
Kemenkominfo,
salah paham

ABSTRAK

Perkembangan dunia yang serba cepat memengaruhi bagaimana orang-orang berbahasa. Bukan keanehan lagi mendapati orang-orang mencampurkan dua bahasa dalam satu tuturan, termasuk di kalangan pemerintah dan pejabat. Namun hal ini berisiko pada ketidakpahaman masyarakat atas informasi yang disampaikan. Penelitian ini diharapkan menjadi evaluasi untuk pemerintah dan pejabat untuk merevisi dan meninjau kembali tata kalimat yang akan dituturkan dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Metode yang digunakan yaitu metode deskripsi dengan survei secara *online* dan pengambilan sampel sedapatnya (*convenience sampling*). Objek dalam survei ialah 10 dari 25 keterangan gambar terakhir per 29 Oktober 2023 di Instagram @kemenkominfo. Hasilnya menunjukkan bahwa kebanyakan responden merasa ragu untuk memahami makna kalimat dengan campur kode bahasa Inggris dalam teks informasi bahasa Indonesia. Kata-kata yang tidak dipahami dari objek/teks adalah kata *stakeholders*, *dropshipper*, *showcase booth*, *Silver Play Button*, *pop-up warning*, *watermark*, *prefer*, dan *esports*. Dan alasan ketidakpahaman ini yaitu baru pertama kali mendengar atau membaca kata atau frasa tersebut, rendahnya perbendaharaan kata bahasa Inggris responden, tidak mengetahui arti (menurut kamus), padanan frasa yang terasa ambigu, kata atau frasa asing tersebut jarang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan keraguan terhadap makna kata. Hal ini perlu menjadi pertimbangan karena dapat mengakibatkan kesalahpahaman dan ketidakpahaman atas suatu informasi.

APA 7th Citation:

Name, N. (Year). Title. *Wacana: Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra dan Pengajaran*, Vol (Issue), page-page
DOI: <https://doi.org/10.33369/jwacana>

PENDAHULUAN

Di era yang saat ini serba cepat, kualitas pendidikan juga turut berkembang dengan cepat. Kualitas pendidikan yang berkembang cepat ini memengaruhi bagaimana orang-orang berbahasa di dalam masyarakat. Kita akan menemukan bahwa bukan lagi suatu keanehan jika seseorang menguasai bahasa asing, hingga memasukkan unsur-unsur bahasa asing dalam percakapan bahasa sehari-hari mereka (campur kode). Hal ini juga bukan hanya dapat dilihat di kalangan masyarakat, tetapi juga di kalangan pejabat dan pemerintah. Campur kode yang dilakukan pejabat dan pemerintah ini perlu ditinjau kembali keefektifannya. Karena jika campur kode ini tidak efektif untuk dilakukan, maka bukan tidak mungkin akan ada kesalahpahaman di antara pemerintah dan masyarakat serta ketidakpahaman masyarakat atas informasi yang disampaikan pemerintah. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi pemerintah agar mempertimbangkan dan memeriksa kembali setiap informasi yang akan disampaikan apakah dapat tersampaikan dengan baik atau tidak jika memasukkan unsur bahasa lain di dalam informasi tersebut.

Ada lima penelitian yang dijadikan bahan perbandingan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh 1) Dewi dan Jultisia, 2) Wahyudi dan Gusnetti, 3) Manaf, Said, dan Abbas, 4) Solekhuudin, Nisa, dan Yono, serta 5) Sugiantari. Dari lima penelitian tersebut, semua peneliti menganalisis dan mengklasifikasikan jenis dan bentuk campur kode dari objek yang diteliti (seluruhnya berkaitan dengan pejabat atau pemerintah). Namun tidak ada satu pun penelitian yang secara gamblang menyebutkan unsur bahasa asing apa saja yang tidak dipahami masyarakat atau alasan spesifik kenapa masyarakat tidak memahami suatu kalimat yang memiliki sisipan bahasa asing (campur kode) di dalamnya. Sedangkan dalam penelitian ini, akan dibahas mengenai kata atau frasa apa saja yang tidak dipahami masyarakat dan mengapa mereka tidak memahaminya. Selain itu, akan dibahas pula keterpahaman masyarakat atas konteks kalimat, jika ada satu atau beberapa unsur di dalam suatu kalimat yang tidak mereka ketahui atau mengerti. Adapun pertanyaan penelitian yang akan diajukan ada empat, yaitu sebagai berikut.

1. Jenis dan bentuk campur kode apa yang ada dalam Instagram @kemenkominfo?
2. Kata apa yang tidak dipahami masyarakat dari keterangan gambar dalam postingan Instagram @kemenkominfo?
3. Mengapa masyarakat tidak memahami makna kata-kata tertentu?
4. Dapatkah masyarakat memahami konteks dan makna kalimat ketika ada satu atau beberapa kata yang tidak diketahui atau dimengerti?

Kridalaksana (dalam Malabar, 2015, 49) menyatakan bahwa campur kode adalah penggunaan satuan bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain untuk memperluas gaya bahasa atau ragam bahasa termasuk di dalamnya pemakaian kata, klausa, idiom, sapaan dan sebagainya. Campur kode berbeda dengan alih kode. Menurut Thelander (dalam Aslinda dan Syafyaha, 2010, 87), jika seseorang menggunakan suatu kata atau frasa dari satu bahasa, orang tersebut melakukan campur kode. Namun jika seseorang menggunakan satu klausa yang jelas-jelas memiliki struktur suatu bahasa dan klausa itu disusun menurut struktur bahasa lain, maka itu dinamakan peristiwa alih kode.

Ada dua jenis campur kode, yaitu campur kode ke dalam dan campur kode ke luar. Menurut Jendra (dalam Wahyudi dan Gusnetti, 2022, 381), campur kode ke dalam adalah campur kode yang unsur serapannya berasal dari bahasa serumpun atau sekerabat. Sedangkan campur kode ke luar yaitu campur kode yang unsur serapannya berasal dari bahasa asing atau bahasa yang tidak serumpun. Dalam memahami kalimat dengan campur kode, ada kalanya seorang penyimak tidak memahami bahasa yang disisipkan oleh penutur, tetapi mampu memahami makna tuturan berdasarkan konteks. Ini adalah salah satu keterampilan mikro dalam menyimak, yaitu menebak makna dari konteks (Mulyati, 2015, 1.11).

METODE

Partisipan

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah dipahami dan disimpulkan. Kesimpulan didasari oleh data yang diolah berdasarkan analisis persentase dan kecenderungan serta tidak secara terlalu dalam (Azwar, 2012, 6). Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran permasalahan yang dihadapi dengan melihat besaran dan ciri-ciri dari berbagai variabel kunci yang dianggap dapat memberikan gambaran yang utuh (Asra, Irawan, dan Purwoto, 2016, 14). Data penelitian diambil dari survei dengan pertimbangan bahwa survei dapat mencapai tujuan penelitian deskriptif yang ingin menggambarkan suatu permasalahan.

Penelitian dilakukan melalui survei secara daring dengan menanyakan pemahaman responden terhadap beberapa keterangan gambar yang diambil dari 25 postingan terakhir Instagram @kemenkominfo per 29 Oktober 2023 yang memiliki sisipan bahasa Inggris atau ada campur kode di dalamnya. Penelitian survei yang dilakukan adalah berupa survei data silang dengan pengumpulan data pada suatu waktu tertentu dari sekelompok pengamatan untuk menggambarkan populasi tersebut pada waktu tersebut (Asra, Irawan, dan Puroto, 2016, 64-65). Sampel yang diambil dari data menggunakan cara Haphazard atau *convenience sampling*, yaitu dengan mengambil sampel sedapatnya (Asra, Irawan, dan Puroto, 2016, 77).

HASIL

Objek yang diamati, yaitu keterangan gambar dari 25 postingan terakhir dari Instagram @kemenkominfo per 29 Oktober 2023 yang memiliki sisipan bahasa Inggris atau ada campur kode di dalamnya. Berikut ini tabel keterangan gambar yang menjadi objek beserta unsur bahasa asing, jenis, bentuk, dan persentase pemahaman responden terhadap konteks keterangan gambar tersebut.

Table: 1 Unsur bahasa asing, jenis dan bentuk campur kode, serta persentase pemahaman masyarakat terhadap konteks keterangan gambar

Keterangan gambar	Unsur bahasa asing	Jenis campur kode	Bentuk campur kode	Apakah responden paham makna keterangan gambar dan unsur bahasa asing yang ada di dalamnya?
--------------------------	---------------------------	--------------------------	---------------------------	--

				Ya	Tidak	Mungkin
Lagi banyak kejadian ada nomor asing yang ngirim chat VN dengan panah ke bawah. Terus, biasanya dibarengi dengan pesan berisi ajakan untuk bisnis dropshipper. Kira-kira, real gak, ya? Intinya sih, mendingan skeptis di awal daripada terjebak modus penipuan 🙄 Share info ini ke #Sobatkom lainnya, yuk! (@kemenkominfo, 2023)	<i>chat VN</i>	Ke luar	Frasa	84%	2%	14%
	<i>dropshipper</i>	Ke luar	Kata			
	<i>real</i>	Ke luar	Kata			
	<i>share</i>	Ke luar	Kata			
Hayo, siapa yang mager bikin password yang ribet kalau pas registrasi akun? Padahal, gak cuma kamu yang kepikiran bikin password dari urutan angka dan huruf. Kalau ada yang punya password mirip sama yang ada di gambar, mendingan buruan ganti, deh. Soalnya, makin mainstream password, makin gampang diretas juga akunmu Ada yang langsung kepikiran bikin password baru? Komen di bawah, ya! (@kemenkominfo, 2023)	<i>password</i>	Ke luar	Kata	98%	2%	-
	<i>mainstream</i>	Ke luar	Kata			
Sobatkom (26/10) Kementerian Komunikasi dan Informatika melalui Kemkominfo TV mendapatkan penghargaan Silver Play Button dari YouTube setelah meraih 103000 subscribers di Park Hyatt Hotel, Jakarta. (@kemenkominfo, 2023)	<i>Silver Play Button</i>	Ke luar	Frasa	98%	2%	-
	<i>subscribers</i>	Ke luar	Kata			
FYI, AduanNomor.id ini adalah platform yang disediakan oleh Kominfo untuk menampung aduanmu terkait spam telepon ataupun pesan. Lewat platform ini, setiap nomor yang dianggap mengganggu akan	<i>platform</i>	Ke luar	Kata	96%	-	4%

diblokir melalui operator yang bersangkutan. Minfo udah kasih cara pelaporannya di atas ya, jangan lupa save juga biar gak lupa! 😊 (@kemenkominfo, 2023)	<i>save</i>	Ke luar	Kata			
Jangan ambil risiko buat ngirim foto KTP gitu aja. Pasang watermark dulu biar gak disalahgunakan orang lain. Kalau kamu prefer watermark digital atau pasang manual nih, Sob? (@kemenkominfo, 2023)	<i>prefer</i>	Ke luar	Kata	89%	5%	6%
	<i>watermark</i>	Ke luar	Kata			
Kalau muncul pop-up warning saat buka aplikasi m-banking, fix itu penipuan ya, Sob. Share video ini ke orang-orang terdekatmu biar gak ada yang jadi korban. (@kemenkominfo, 2023)	<i>pop-up warning</i>	Ke luar	Frasa	90%	-	10%
	<i>m-banking</i>	Ke luar	Kata			
	<i>fix</i>	Ke luar	Kata			
	<i>share</i>	Ke luar	Kata			
Para Gamers mana suaranya? sudah siap buat nonton team jagoan esports mu di Piala Presiden 2023? Di event Piala Presiden Esports 2023 kali ini kedatangan game lokal yang akan bertanding juga lho Sob! selain itu Game binaan dari @igdx.id pun akan membuka showcase boothnya selama event berjalan, So jangan lupa mampir juga ya Sob! Simak informasi selengkapnya di postingan berikut ini! (@kemenkominfo, 2023)	<i>gamers</i>	Ke luar	Kata	90%	2%	8%
	<i>team</i>	Ke luar	Kata			
	<i>esports</i>	Ke luar	Kata			
	<i>game</i>	Ke luar	Kata			
	<i>showcase booth</i>	Ke luar	Frasa			

	<i>event</i>	Ke luar	Kata			
Biar bisnismu makin cuan, coba deh mulai jualan lewat live streaming pakai tips di atas 🤔 Komen di bawah nama olshop-mu yuk, biar bisa saling support 🙌 (@kemenkominfo, 2023)	<i>live streaming</i>	Ke luar	Frasa	100%	-	-
	<i>olshop</i>	Ke luar	Kata			
	<i>support</i>	Ke luar	Kata			
Pejuang Beasiswa wajib baca postingan ini sampai slide akhir! Beasiswa Kemitraan S2 Dalam Negeri Kementerian Kominfo telah dibuka. Akses informasi lebih lengkap melalui beasiswa.kominfo.go.id. Ayo persiapkan dirimu! (@kemenkominfo, 2023)	<i>slide</i>	Ke luar	Kata	100%	-	-
SobatKom, Wakil Menteri Nezar Patria menekankan dalam mempercepat implementasi SPBE, setiap kementerian dan lembaga memerlukan orkestrasi dengan kewenangan yang jelas, terarah dan terukur. Kementerian Kominfo siap berkolaborasi dengan kementerian, lembaga, serta stakeholders terkait untuk menyelenggarakan SPBE dan menghadirkan kebijakan penunjang pelaksanaan SPBE sesuai koridor hukum yang berlaku. (@kemenkominfo, 2023)	<i>stakeholders</i>	Ke luar	Kata	48%	32%	20%
Total				893%	45%	62%
				1000%		
Rata-rata				89,3%	4,5%	6,2%

Campur Kode dan Pemahaman Masyarakat

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa jenis campur kode yang paling banyak ditemukan adalah jenis campur kode ke luar. Bentuk dari campur kode itu sendiri beragam, tetapi yang paling mendominasi dalam objek adalah bentuk campur kode berupa kata. Jika melihat persentase, ternyata angka responden yang benar-benar yakin dalam memahami informasi jika dirata-ratakan ada di angka 89,3%. Sedangkan yang tidak mengerti sama sekali ada di angka 4,5%, dan responden yang masih merasa ragu apakah memahami informasi atau tidak ada pada angka 6,2%. Dan ini diambil dari sampel yang berjumlah 50 orang.

PEMBAHASAN

Dari data berupa keterangan gambar pada tabel 1, bisa dilihat bahwa postingan-postingan di Instagram @kemenkominfo memuat campur kode. Jenis dan bentuk campur kodenya sudah disebutkan pula pada tabel 1. Campur kode ke luar dapat dilihat dalam sepuluh keterangan gambar pada postingan-postingan yang memiliki campur kode atau sisipan bahasa Inggris. Sedangkan bentuk campur kode yang dilakukan adalah campur kode kata dan juga frasa. Misalnya pada keterangan gambar di atas, ada campur kode kata *dropshipper*, *real*, dan *share*. Sedangkan bentuk frasa misalnya adalah *chat VN*, di mana *VN* sendiri merupakan singkatan dari frasa *Voice Note*.

Keterangan gambar dengan campur kode yang dijadikan pertanyaan dalam survei berjumlah sepuluh, dan dari sepuluh keterangan gambar tersebut, ada kata asing yang tidak dipahami maknanya oleh responden. Kata-kata yang tidak dipahami dari keterangan gambar itu adalah kata *stakeholders*, *dropshipper*, *showcase booth*, *Silver Play Button*, *pop-up warning*, *watermark*, *prefer*, dan *esports*.

Berikut ini adalah makna-makna dari kata atau frasa tersebut.

1. *stakeholders*
Stakeholders adalah pihak pemangku kepentingan atau beberapa kelompok orang yang memiliki kepentingan di dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan dari bisnis secara keseluruhan (Kumalasari, n.d.).
2. *dropshipper*
Dropshipper adalah suatu sistem yang memungkinkan seseorang untuk menjual berbagai macam produk langsung dari produsen kepada konsumen tanpa harus menyimpan stok, mengemas, dan mengirim barangnya ke konsumen (CNN Indonesia, 2023).
3. *showcase booth*
Showcase booth adalah tempat seperti tenda bazar yang digunakan untuk menampilkan atau menunjukkan sesuatu, misalnya produk untuk dijual.
4. *Silver Play Button*
Lalu *Silver Play Button* adalah istilah untuk penghargaan yang diberikan YouTube kepada pembuat konten YouTube yang telah berhasil mencapai seratus ribu *subscribers* atau pelanggan di kanalnya.
5. *pop-up warning*
Pop-up warning memiliki makna notifikasi peringatan yang muncul pada suatu perangkat.

6. *watermark*

Watermark adalah sebuah penanda yang biasanya ada pada sebuah karya maupun konten. Dimana keberadaan watermark ini menjadikan sebuah karya tidak bisa diklaim maupun digunakan secara seenaknya oleh pihak lain (Gramedia, n.d.)

7. *prefer*

Prefer artinya dalam bahasa Indonesia yaitu lebih memilih. Kata kerja satu ini biasanya digunakan ketika kamu memilih atau membandingkan sesuatu (Abdi, 2023).

8. *esports*

Esports merupakan olahraga digital yang terorganisir dengan pelatihan khusus seperti halnya atlet profesional sepak bola, bulutangkis, ataupun basket (Kurniawan, 2019, 62)

Jika melihat dari hasil survei, kata yang paling banyak tidak dipahami adalah kata *stakeholders* yang bermakna pihak pemangku kepentingan. Lalu sebenarnya apa yang menyebabkan mereka tidak memahami makna kata-kata atau frasa-frasa di atas? Dari data yang ada, ditemukan beberapa alasan ketidakpahaman masyarakat atas kata atau frasa asing yang disajikan. Alasan yang paling umum dan paling banyak ialah karena responden baru pertama kali mendengar atau membaca kata atau frasa tersebut. Sedangkan alasan lainnya yaitu rendahnya perbendaharaan kata bahasa Inggris responden, tidak mengetahui arti (menurut kamus), padanan frasa yang terasa ambigu, kata atau frasa asing tersebut jarang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan keraguan terhadap makna kata.

Dari ketidakpahaman responden terhadap beberapa kata dan frasa, diajukan pertanyaan apakah responden dapat memahami makna kalimat ketika dalam suatu kalimat berbahasa Indonesia ada satu atau dua kata bahasa Inggris yang tidak dipahami arti atau maknanya. Hasilnya, 44,9% mengatakan dapat mengerti, 6,1% mengatakan tidak dapat mengerti, dan 49% mengatakan mungkin dapat mengerti. Ini berarti lebih dari setengahnya, setidaknya memiliki keraguan apakah dapat memahami kalimat yang memiliki campur kode bahasa Inggris atau tidak, tanpa memahami atau mengerti arti kata atau bahasa Inggris yang disisipkan.

PENUTUP

Melihat dari data, meskipun pendidikan Indonesia mengajarkan bahasa Inggris di sekolah formal, nyatanya tetap ada ketidakpahaman dalam berbagai keadaan. Ketidakpahaman ini akan berakibat fatal dalam beberapa keadaan, apalagi jika dilakukan dalam penyampaian informasi oleh pemerintah atau pejabat. Hal ini menjadi sebuah evaluasi untuk pemerintah dan pejabat untuk merevisi dan meninjau kembali tata kalimat yang akan dituturkan dalam penyampaian informasi kepada masyarakat, baik dalam media tertulis maupun lisan.

Dalam menghadapi tantangan ini, pemerintah harus melakukan upaya-upaya terstruktur dan berkelanjutan. Dalam hal ini, setidaknya ada dua upaya yang dapat dilakukan. Yang pertama adalah periksa, evaluasi, dan revisi. Sebelum memberikan informasi kepada masyarakat, pemerintah terlebih dahulu harus memeriksa apakah kalimat yang digunakan sudah tepat untuk dikatakan ke khalayak umum dengan berbagai macam latar belakang atau tidak. Setelah memeriksa, pemerintah bisa

melakukan evaluasi dan revisi agar informasi yang disampaikan tepat dan akurat. Selain periksa, evaluasi, dan revisi, pemerintah juga bisa meminimalisir risiko kesalahpahaman atau ketidakpahaman masyarakat dengan lebih meningkatkan mutu pendidikan. Upaya ini tentu membutuhkan lebih banyak biaya, tenaga, dan usaha. Namun di samping itu, upaya ini juga bisa memberi hasil positif yang lebih banyak pula.

DAFTAR RUJUKAN

- @kemenkominfo. (17 Oktober 2023). *Beasiswa Kemitraan S2 Kemenkominfo Tahun 2023* [Instagram post].
<https://www.instagram.com/p/CyfuQagpkiB/?igshid=ODhhZWM5NmIwOOQ==>
- @kemenkominfo. (17 Oktober 2023). *Penyelenggaraan dan Implementasi SPBE* [Instagram post].
<https://www.instagram.com/p/CyfZeEMr6l2/?igshid=ODhhZWM5NmIwOOQ==>
- @kemenkominfo. (18 Oktober 2023). *Optimasi Bisnis Melalui Live Streaming* [Instagram post].
<https://www.instagram.com/reel/CyikAtJARO/?igshid=ODhhZWM5NmIwOOQ==>
- @kemenkominfo. (21 Oktober 2023). *Piala Presiden Esports 2023* [Instagram post].
<https://www.instagram.com/p/Cyp-tEJJ4da/?igshid=ODhhZWM5NmIwOOQ==>
- @kemenkominfo. (22 Oktober 2023). *Penipuan Lewat Pop-Up Warning* [Instagram post].
<https://www.instagram.com/reel/Cys4Tr0Jssr/?igshid=ODhhZWM5NmIwOOQ==>
- @kemenkominfo. (24 Oktober 2023). *Pemakaian Watermark Saat Mengirim Foto KTP* [Instagram post].
https://www.instagram.com/reel/CyxReg_JEBs/?igshid=ODhhZWM5NmIwOOQ==
- @kemenkominfo. (25 Oktober 2023). *Pengaduan Spam Telepon dan SMS* [Instagram post].
<https://www.instagram.com/p/Cy0qqcPpszj/?igshid=ODhhZWM5NmIwOOQ==>
- @kemenkominfo. (26 Oktober 2023). *Penghargaan Silver Play Button untuk Kemenkominfo TV* [Instagram post].
<https://www.instagram.com/reel/Cy3R6HRpEfH/?igshid=ODhhZWM5NmIwOOQ==>
- @kemenkominfo. (28 Oktober 2023). *Penggunaan Password Saat Registrasi Akun* [Instagram post].
<https://www.instagram.com/p/Cy8YAz-pvmu/?igshid=ODhhZWM5NmIwOOQ==>
- @kemenkominfo. (29 Oktober 2023). *Modus Penipuan Lewat VN* [Instagram post].
<https://www.instagram.com/p/Cy-6z72Jy38/?igshid=ODhhZWM5NmIwOOQ==>
- Abdi, H. (2023, September 8). *Prefer Artinya dalam Bahasa Indonesia dan Contoh Kalimatnya di Bahasa Inggris*. Liputan6.com. Diakses pada 5 Desember 2023, dari

- <https://www.liputan6.com/hot/read/5392278/prefer-artinya-dalam-bahasa-indonesia-dan-contoh-kalimatnya-di-bahasa-inggris?page=2>
- Aslinda, & Syafyaha, L. (2010). Pengantar Sociolinguistik. Bandung: Refika Aditama.
- Asra, A., Irawan, P. B., & Purwoto, A. (2016). Metode Penelitian Survei. Bogor: Penerbit IN MEDIA.
- Azwar, S. (2012). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- CNN Indonesia. (2023, Juli 4). *Apa itu Dropshipper? Pengertian, Cara Kerja, Kelebihan, dan Kekurangan*. CNN Indonesia. Diakses pada 5 Desember 2023, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230703092928-104-968701/apa-itu-dropshipper-pengertian-cara-kerja-kelebihan-dan-kekurangan>
- Dewi, R., & Jultisia, A. (2022). Campur Kode pada Penyiaran Radio Pemerintah Kabupaten Frekuensi Modulasi (RPK FM) Tana Toraja. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 2(4), 553-562.
- Gramedia. (n.d.). *Watermark : Pengertian, Fungsi, Jenis, Kelebihan, dan Kekurangan*. Gramedia. Diakses pada 5 Desember 2023, dari [https://www.gramedia.com/literasi/watermark/#Pengertian Watermark](https://www.gramedia.com/literasi/watermark/#Pengertian%20Watermark)
- Kumalasari, R. D. (n.d.). *Stakeholder dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. BINUS UNIVERSITY. Diakses pada 5 Desember 2023, dari <https://binus.ac.id/malang/2018/10/stakeholder-dan-tanggung-jawab-sosial-perusahaan/>
- Kurniawan, F. (2019). E-Sport dalam Fenomena Olahraga Kekinian. *JORPRES (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 15(2), 61-66.
- Malabar, S. (2015). Sociolinguistik. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Manaf, E. Y., Said, I. M., & Abbas, A. (2021). Alih Kode dan Campur Kode Bahasa Wolio ke Dalam Indonesia di Satuan Kerja Perangkat Daerah Kota Baubau. *Jurnal Ilmu Budaya*, 9(1), 219-231.
- Mulyati, Y. (2015). Hakikat Keterampilan Berbahasa. In Y. Mulyati, & I. Cahyani, Keterampilan Berbahasa Indonesia SD (pp. 1-34). Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sariningtyas, E., Putri, R. A., Septiani, H. I., Jomantara, M. A. L., Safitri, A. A., Dewi, A. L. M., ... Aprilianti, H. P. (29-30 O). Survei Keterpahaman Masyarakat Atas Informasi dari Pemerintah yang Mengandung Sisipan Bahasa Inggris. personal.
- Solekhudin, M., Nisa, H. U., & Yono, R. R. (2022). Bentuk-bentuk Campur Kode dan Alih Kode Pada Halaman Facebook. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(17), 242-252.
- Sugiantari, N. P. A. Y. (2 Oktober 2018). Code Switching and Code Mixing by The Government of Bali. *RETORIKA: Jurnal Ilmu Bahasa*, 4(2), 107-112. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1983686&val=4304&title=Code%20Switching%20and%20Code%20Mixing%20by%20The%20Government%20of%20Bali>
- Wahyudi, R., & Gusnetti. (2022). Campur Kode pada Pemaparan Anies Baswedan tentang Bacapres 2024 di i-News TV. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia*, 1(2), 379- 384.