

Campur kode dalam kolom komentar penggemar K-pop pada aplikasi TikTok

Natalia Puspita Kusuma Sari^{1*}, Sukarno², Muhlis Fajar Wicaksana³

¹ Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Sukoharjo, Indonesia

Email: ntlpuspita@gmail.com

* Penulis korespondensi

Informasi artikel

Dikirim : 27 April 2026

Revisi : 13 Juli 2026

Diterima : 30 Juli 2026

Kata kunci:

Campur Kode
Sosiolinguistik
K-Pop
TikTok
Komunitas Digital

Keywords:

Code-Mixing
Sociolinguistic
K-Pop
TikTok
Digital Community

ABSTRAK

Dalam lingkungan multilingual, campur kode menjadi fenomena bahasa yang sering muncul sebagai bentuk ekspresi dan perluasan gaya bahasa, terutama di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan jenis dan bentuk campur kode yang digunakan dalam kolom komentar penggemar konten K-Pop pada aplikasi *TikTok*, sekaligus memetakan penggunaan unsur bahasa asing yang muncul. Metode yang digunakan merupakan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui metode simak dengan teknik Simak Bebas Libat Cakap (SLBC) dan teknik catat. Data penelitian berupa komentar yang mengandung campur kode pada akun *@fanaccount_lethi* terkait kegiatan *Melon Music Awards* (MMA). Dalam penelitian ini ditemukan sebanyak 32 data merupakan jenis campur kode dan 19 data merupakan bentuk campur kode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk campur kode yang digunakan didominasi oleh campur kode ke luar (*outer code-mixing*) dalam bentuk kata dasar dan frasa, seperti *award*, *chukkae*, *comeback*, *kiyowo*, dan *best performance*. Secara sosiolinguistik, campur kode digunakan sebagai bentuk ekspresi diri, sarana apresiasi terhadap idola, serta pembentuk identitas dan solidaritas komunitas K-Pop. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaannya campur kode dalam media sosial, khususnya TikTok, mencerminkan dinamika komunikasi multilingual dalam masyarakat digital.

ABSTRACT

Code-mixing in K-pop fans' comment sections on TikTok. In a multilingual environment, code-mixing is a linguistic phenomenon that frequently appears as a form of expression and expansion of language style, especially on social media. This study aims to identify and describe the types and forms of code-mixing used in the comments section fan of K-Pop content users on the TikTok application, while also mapping the use of foreign language elements that appear. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques through the listening method with the Simak Bebas Libat Cakap (SLBC) technique and note-taking techniques. The research data consists of comments containing code-mixing on the *@fanaccount_lethi* account regarding the *Melon Music Awards* (MMA) event. This study identified 32 instances of code-mixing types and 19 instances of code mixing forms. The results show that the form of code-mixing used is dominated by outer code-mixing in the form of basic words and phrases, such as *award*, *chukkae*, *comeback*, *kiyowo*, and *best performance*. Sociolinguistically, code-mixing is used as a form of self-expression, a means of appreciating idols, and forming the identity and solidarity of the K-Pop community. These findings indicate that the use of code-mixing in social media, especially TikTok, reflects the dynamics of multilingual communication in a digital society.

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



Pendahuluan

Dalam lingkungan *bilingualisme* dan *multilingualisme* sering terjadi peristiwa bahasa yang disebut campur kode. Menurut Suwito, campur kode atau *code mixing* dapat diartikan sebagai peristiwa percampuran dua bahasa atau ragam bahasa (*speech act* atau *discourse*) dalam tindak berbahasa tanpa adanya sebab situasional yang menuntut percampuran bahasa (Sadida et al., 2025; Wulandari et al., 2025). Fenomena ini tidak hanya dilatarbelakangi oleh keterbatasan kode, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor topik, fungsi, tujuan, hingga keinginan untuk membangkitkan rasa humor atau sekadar bergengsi (Wardani et al., 2026). Chaer (2010) menyebutkan bahwa bentuk campur kode dibagi menjadi tiga, yaitu penyisipan unsur-unsur yang berupa kata dasar, frasa, serta klausa (Susmita, 2015). Di era digital, interaksi informal di media sosial menjadi ruang yang sangat dinamis bagi penutur untuk mencampurkan bahasa guna memperluas gaya bahasa dan menciptakan variasi tuturan yang lebih ekspresif (Amri, 2019; Azzurra & Hijrah, 2024). Campur kode terjadi apabila penutur menggunakan satu bahasa dan diselingi unsur bahasa lain (Solekhudin, & Uswatun, 2022; Nurohmah et al., 2022). Misalnya, seorang penutur menyelipkan bahasa daerah atau bahasa serumpun dalam komunikasi berbahasa Indonesia disebut menggunakan campur kode ke dalam. Sebaliknya, apabila seorang penutur menyelipkan bahasa asing ke dalam komunikasi berbahasa Indonesia disebut dengan campur kode ke luar. Sementara itu, jika dalam satu tuturan penutur menggunakan unsur dari bahasa daerah sekaligus bahasa asing, maka disebut campur kode campuran (Sadida et al., 2025; Maarif & Saddhon, 2023; Wahyuningsih et al., 2024).

Kehadiran *Korean Wave* di Indonesia telah membawa perubahan terhadap pola komunikasi, terutama anak muda, mulai dari *K-Drama*, *K-Pop*, *K-Beauty*, *K-Fashion*, *K-Food*, bahkan *Hangul* (Dini et al., 2024; Syifa et al., 2024; Yuliani et al., 2023). *K-Pop* menjadi elemen terkuat yang membentuk komunitas penggemar dengan gaya bahasa khusus yang melampaui batas-batas linguistik dan geografis (Yahya, 2023). Interaksi antar penggemar menciptakan identitas sosial baru melalui penggunaan istilah-istilah budaya korea yang tidak ditemukan dalam bahasa Indonesia (W, 2022 ;Yahya, 2023). Saat ini, aplikasi TikTok menjadi wadah paling produktif bagi fenomena ini, di mana kolom komentar berfungsi sebagai ruang linguistik baru yang memfasilitasi campur kode secara masif di kalangan komunitas *K-Pop* (Sihombing, 2024). Sejumlah penelitian relevan telah membahas fenomena ini, Adawiah & History (2023) yang menyoroti campur kode penggemar *K-Pop* sebagai pembentuk identitas kelompok dan kedekatan emosional. Hasil penelitiannya menunjukkan campur kode penggemar *K-Pop* bukan sekadar bahasa yang tidak teratur, melainkan bagian linguistik melalui istilah-istilah khusus. Azzurra & Hijrah (2024) menyebutkan bahwa budaya populer Korea turut membentuk pola komunikasi Gen Z melalui penggunaan campur kode sebagai indikator keterlibatan global. Sementara itu, Syifa et al. (2024) menemukan bahwa komunitas penggemar *K-Pop*, sering kali mencampur bahasa Indonesia, Inggris, dan Korea menjadi simbol solidaritas serta bentuk ekspresi dari identitas kelompok. Meskipun pemahaman mengenai campur kode secara umum sudah banyak dibahas, namun identifikasi spesifik mengenai bentuk campur kode pada kolom komentar konten *K-Pop* di aplikasi *TikTok* masih menjadi area yang belum terjamah secara mendalam. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa campur kode dalam komunitas digital, seperti *K-Pop* berfungsi sebagai

pembentuk identitas sosial, tetapi belum menjelaskan pola linguistik pada ruang komentar TikTok yang terbatas. Kebanyakan penelitian terdahulu berfokus pada media sosial berbasis teks seperti *Twitter* atau *Facebook*, sementara karakteristik unik komentar di *TikTok* yang seringkali bersifat spontan dan berbasis pada konten audio-visual K-Pop belum teridentifikasi polanya secara menyeluruh. Kesenjangan penelitian ini juga terlihat pada kurangnya pemetaan bentuk-bentuk linguistik (kata, frasa, dan klausa) yang muncul dalam ruang lingkup digital K-Pop di *TikTok*. Belum diketahui secara pasti bagaimana struktur bahasa asing disisipkan ke dalam bahasa Indonesia dalam konteks komentar video pendek yang terbatas secara ruang, namun sangat kaya akan muatan emosional penggemar.

Pada akun *@fanaccount_lethi*, ditemukan penggunaan istilah khusus K-Pop seperti *bias*, *comeback*, *hiatus*, *shibal*, *omo* yang menunjukkan gaya bahasa penggemar yang tidak baku namun dipahami secara kolektif. Pemakaian istilah-istilah ini, termasuk bentuk klausa, menandakan adanya kedekatan emosional dan kemahiran bahasa tertentu bagi para penggemar. Hal ini memperkuat pernyataan bahwa media sosial telah mengubah cara penutur memproduksi pesan sosiolinguistik secara signifikan (Septiani et al., 2025; Tyas et al., 2023). Penelitian ini dilakukan untuk memberikan kontribusi nyata pada bidang sosiolinguistik mengenai tipologi campur kode di media baru (Nurchurifiani et al., 2025). Dengan mengidentifikasi bentuk-bentuk tersebut, perilaku berbahasa masyarakat digital saat ini dapat dipahami. Hal ini penting untuk melihat apakah campur kode tersebut hanya sekadar tren sesaat atau sudah menjadi bagian dari perkembangan komunikasi digital Indonesia yang permanen (Purba et al., 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta mendeskripsikan jenis dan bentuk campur kode yang digunakan oleh pengguna konten K-Pop dalam kolom komentar pada aplikasi TikTok, sekaligus memetakan penggunaan unsur bahasa asing, baik bahasa Inggris maupun Korea, yang muncul dalam wacana digital komunitas tersebut guna menjawab permasalahan mengenai pola percampuran kode dan karakteristik distribusinya. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi pembaca, khususnya dalam dinamika perkembangan bahasa Indonesia yang dipengaruhi oleh interaksi multilingual di media sosial. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi akademisi dan praktisi dalam mengkaji variasi bahasa atau perilaku linguistik.

Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini sesuai dengan karakteristik penelitian kebahasaan yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena campur kode dalam kolom komentar konten K-Pop pada aplikasi *TikTok* secara sistematis dan objektif (Mahsun, 2017). Data dalam penelitian ini berupa kata dan kalimat yang mengandung campur kode dalam kolom komentar konten K-Pop yang dipublikasikan oleh akun *@fanaccount_lethi* dalam kegiatan *Melon Music Awards* (MMA). Sumber data dalam penelitian ini berupa teks atau komentar yang terkait dengan konten K-Pop di akun media sosial tersebut pada 20 Desember 2025. Agar data yang dikumpulkan benar-benar sesuai dengan tujuan penelitian, pemilihan data dilakukan dengan cara *purposive sampling* atau cara memilih secara sengaja berdasarkan tiga syarat utama. Syarat pertama, komentar tersebut ditulis oleh penggemar di akun *TikTok @fanaccount_lethi* dalam video acara *Melon Music Awards* (MMA). Syarat kedua, komentar tersebut harus mengandung setidaknya satu jenis campur kode. Syarat ketiga, komentar ditulis menggunakan huruf latin biasa agar lebih mudah dibaca dan dikelompokkan. Dari proses

penyaringan ini, terkumpul sebanyak tiga puluh dua data merupakan jenis campur kode dan sembilan belas data merupakan bentuk campur kode. Pengumpulan data dilakukan dengan metode simak yang melibatkan Teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC). Teknik ini digunakan karena peneliti sama sekali tidak berperan langsung dalam komunikasi yang terjadi, melainkan hanya mengamati penggunaan campur kode dalam kolom komentar konten K-Pop tersebut tanpa ikut serta dalam percakapan atau memberikan tanggapan terhadap unggahan yang dianalisis (Mahsun, 2017). Dengan teknik ini, data dikumpulkan secara objektif berdasarkan fenomena kebahasaan yang terjadi di kolom komentar konten K-Pop pada media sosial *TikTok*. Selain itu, teknik catat digunakan sebagai teknik lanjutan untuk mencatat dan mengarsipkan data yang diperoleh. Kolom komentar yang mengandung campur kode didokumentasikan dalam bentuk tangkapan layar dan disusun dalam tabel untuk dianalisis lebih lanjut.

Untuk menjamin keabsahan dan keakuratan data, peneliti menerapkan dua langkah pengujian validitas data. Langkah pertama dengan triangulasi teori, yaitu memeriksa kembali kecocokan temuan data di lapangan dengan teori sociolinguistik tentang campur kode. Langkah kedua, melakukan diskusi teman sejawat (*peer debriefing*) dengan membahas hasil analisis fungsi bahasa bersama dosen pembimbing dan teman-teman akademisi bahasa untuk menyelaraskan perspektif serta mendapatkan masukan ilmiah yang membangun. Analisis data dilakukan dengan model Miles et al. (2014) yang terdiri atas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024). Tahap pertama adalah mengumpulkan seluruh data yang terdapat dalam kolom komentar berupa kata dan kalimat yang mengandung campur kode berdasarkan kriteria yang ditetapkan. Selanjutnya, data dipilah dan diklasifikasikan berdasarkan bentuknya (kata, frasa, dan klausa). Setelah diklasifikasikan, data disajikan dalam bentuk tabel deskriptif dengan mendeskripsikan pola penggunaan campur kode serta menghubungkannya dengan alasan penggunaan bahasa tersebut di kalangan penggemar K-Pop. Hasil analisis tersebut kemudian disimpulkan dalam bentuk deskripsi naratif yang memberikan gambaran sistematis dan komprehensif mengenai fenomena penggunaan campur kode dalam kolom komentar konten K-Pop.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap penggunaan campur kode dalam kolom komentar penggemar K-Pop dalam akun *@fanaccount_lethi* di media sosial *TikTok*, diperoleh data mengenai campur kode dalam kolom komentar yang diklasifikasikan berdasarkan jenis campur kode. Klasifikasi ini bertujuan untuk mengetahui jenis dan bentuk campur kode yang digunakan dalam suatu komunitas. Hasil analisis terhadap jenis dan bentuk campur kode tersebut disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan pemahaman pola bahasa yang digunakan.

1. Jenis Campur Kode dalam Kolom Komentar Penggemar K-Pop pada Aplikasi *TikTok* dalam Akun *@fanaccount_lethi*

Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis campur kode, yakni campur kode ke luar (*outer-code mixing*), campur kode ke dalam (*inner code-mixing*) dan campur kode campuran (*hybrid-code mixing*). Dari ketiga jenis campur kode tersebut, dalam kolom komentar pengguna konten K-Pop pada akun *@fanaccount_lethi* ditemukan campur kode ke luar dengan total dua puluh enam data. Selanjutnya, ditemukan pula campur kode ke dalam dan campur kode campuran yang muncul sejumlah tiga data. Berdasarkan hasil analisis, dalam kolom komentar konten K-Pop pada akun

@fanaccount_lethi didominasi oleh campur kode ke luar. Dari dua puluh enam data berupa campur kode ke luar tersebut, dijabarkan lagi menjadi dua, yakni campur kode ke luar bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris dan campur kode ke luar bahasa Indonesia dengan bahasa Korea.

a. Campur Kode Ke Luar (*Outer Code-Mixing*) bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris dan bahasa Indonesia dengan bahasa Korea

Tabel 1. Jenis Campur Kode Ke Luar (*Outer Code-Mixing*) dalam Kolom Komentar Konten K-Pop dalam Akun TikTok @fanaccount_lethi

No	Data	Arti
1.	Acara award jd ky konser jennie	Penghargaan
2.	Jennie, Gd adalah bukti kalo sukses gimanaapun attitude mereka tetap no.1	Sikap
3.	Cute bgt	Lucu
4.	Happy bangettt dia	Senang/Bahagia
5.	Lagu se- hectic ini yg nyanyi cuma ber 5	Sibuk sekali/ padat
6.	Shibal ...aku ngalamin lirik lagu ini di rl	Sialan/Keparat
7.	Gummy smile jennie skrg mah gak terlalu keliatan yaa atau cmn perasaan. Btw chukka cantik bgt	Selamat
8.	Aduh anak ganteng imut lucu kiyowo	lucu
9.	Omo omo gantengnya, btw itu rukun islam apa exo hehe	"eomeo" Astaga
10.	AKHIRNYAAA URI CHAGIYA COMEBACK	Sayangku
11.	Yorobun jangan luluh dulu sama dia	Semuanya
12.	Bahaya banget nih oppa mark	Kakak
13.	Kukira aku sudah tidak menyukai kpop ternyata hanya butuh exo comeback	Kembali
14.	Baby face semua nya... ngaku Idol gen 5 pun aku percaya	Muka bayi
15.	Gummy smile jennie skrg mah gak terlalu keliatan yaa atau cmn perasaan. Btw chukka cantik bgt	Senyum gusi
16.	We proud of u JENNIE ku sayangggg	Kami bangga padamu
17.	Cape tapi lega banget ya jen, you did it	Kamu bisa melakukannya
18.	Gilaaaa, she look so perfect and cute	Dia terlihat sangat sempurna dan imut
19.	Omg kangen banget era jadi exo-l, tapi bias ku udh gaada, Baekhyun	Ya Tuhan
20.	Jennie sedang menunjukkan WHO IS SHE	Siapa dia?
21.	Merinding banget liat penampilan jennie tadiii best performance	Penampilan terbaik
22.	Hey hey look at me sayangkuu	Lihat aku

Campur kode ke luar dalam kolom komentar pengguna konten K-Pop pada akun TikTok @fanaccount_lethi ditemukan sebanyak dua puluh enam data. Berdasarkan temuan dalam tabel di atas, dua puluh enam data ini dikelompokkan berdasarkan bentuk campur kode, yaitu kata dasar, kata majemuk, dan klausa. Pada data nomor satu sampai lima merupakan data campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris dengan bentuk campur kode berwujud kata dasar. Data nomor enam sampai dua belas merupakan data campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Korea dengan bentuk campur kode berwujud kata dasar. Selanjutnya, data nomor tiga belas sampai lima belas merupakan campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris dengan bentuk campur kode berwujud kata majemuk. Sementara data nomor enam belas sampai dua puluh dua merupakan data campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris dengan bentuk campur kode berwujud klausa.

b. Campur Kode Ke Dalam (*Inner Code-Mixing*)

Tabel 2. Jenis Campur Kode ke Dalam (*Inner Code-Mixing*) dalam Kolom Komentar Konten K-Pop dalam Akun *TikTok @fanaccount_lethi*

No	Data	Arti
1.	Dia bener bener layak dan pantes , we made the right person famous	Pantas/Layak
2.	Baby face semua nya... ngaku Idol gen 5 pun aku percaya	Mengaku
3.	Shibal...aku ngalamin lirik lagu ini di rl	Mengalami

Campur kode ke dalam (*inner code-mixing*) dalam kolom komentar pengguna konten K-Pop pada akun *TikTok @fanaccount_lethi* ditemukan sebanyak tiga data. Data nomor satu dan dua merupakan campur kode ke dalam bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa. Sementara data nomor tiga merupakan campur kode ke dalam bahasa Indonesia dengan dialek Jakarta.

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

Campur kode campuran dalam kolom komentar pengguna konten K-Pop pada akun *TikTok @fanaccount_lethi* ditemukan sebanyak tiga data yang disajikan pada Tabel 3. Data pada nomor satu dan dua merupakan data campur kode campuran bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa dan bahasa Inggris. Sementara pada data nomor tiga, merupakan data campur kode campuran bahasa Korea dengan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Tabel 3. Jenis Campur Kode Campuran (*Hybrid Code-Mixing*) dalam Kolom Komentar Konten K-Pop dalam Akun *TikTok @fanaccount_lethi*

No	Data	Arti
1.	Dia bener bener layak dan pantes, we made the right person famous	a) Pantas/Layak b) Kami membuat orang yang tepat menjadi terkenal
2.	Baby face semua nya... ngaku Idol gen 5 pun aku percaya	a) Muka bayi b) Mengaku
3.	Shibal ...aku ngalamin lirik lagu ini di rl	a) Sialan/keparat b) Mengalami c) "real life" kehidupan nyata

Berdasarkan data yang telah disajikan dalam tabel mengenai pengklasifikasian jenis campur kode, selanjutnya akan dijelaskan secara lebih rinci mengenai berbagai bentuk campur kode yang ditemukan dalam kolom komentar konten K-Pop yang diunggah pada akun *TikTok @fanaccount_lethi*. Deskripsi ini untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai jenis-jenis campur kode yang digunakan.

2. Bentuk Campur Kode dalam Kolom Komentar Penggemar K-Pop pada Aplikasi *TikTok* dalam Akun *@fanaccount_lethi*

Bentuk campur kode terdiri dari tiga jenis, yaitu campur kode berwujud kata dasar, frasa, serta klausa. Dari ketiga bentuk tersebut, campur kode yang ditemukan dalam kolom komentar konten K-Pop pada akun *@fanaccount_lethi* di media sosial *TikTok*, yakni dalam bentuk kata dasar, dengan total empat belas data. Selain itu, terdapat pula campur kode berbentuk frasa yang muncul sebanyak enam data. Dan ditemukan pula campur kode berbentuk klausa yang muncul sebanyak enam data. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan ketiga penggunaan bentuk campur kode dalam sampel yang dianalisis, yaitu berbentuk kata dasar, frasa, dan klausa. Tabel 4 merupakan analisis dari temuan ketiga jenis bentuk campur kode.

Tabel 4. Bentuk Campur Kode dalam Kolom Komentar Konten K-Pop dalam akun *TikTok* @fanaccount_lethi

Bentuk Campur Kode	Data	Jumlah
Kata	<i>award, attitude, cute, happy, hectic, rl, shibal, chukkae, kiyowo, omo, yorobun, oppa, pantes, ngaku, comeback, baby face, idol, bias</i>	18 data
Frasa	<i>omg, btw, best performance, gummy smile, uri chagiya</i>	5 data
Klausa	<i>she look so perfect and cute, we made the right person famous, we pround of you, you did it, who is he, look at me</i>	6 data

Berdasarkan data yang telah disajikan dalam tabel mengenai bentuk campur kode, selanjutnya akan dijelaskan secara lebih rinci mengenai berbagai bentuk campur kode yang ditemukan dalam kolom komentar konten K-Pop yang diunggah pada akun @fanaccount_lethi dalam media sosial *TikTok*. Deskripsi ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai jenis-jenis bentuk campur kode yang digunakan.

a. Campur Kode Berbentuk Kata

Campur kode berbentuk kata ditemukan dalam kolom komentar konten K-Pop yang diunggah pada akun *TikTok* @fanaccoun_lethi dengan total sebanyak tujuh belas data. Berdasarkan data yang ditemukan, campur kode berbentuk kata ini diklasifikasikan berdasarkan kata dasar dan kata majemuk. Campur kode berbentuk kata dasar terletak pada data nomor satu sampai empat belas. Pada data nomor satu sampai tujuh merupakan campur kode bentuk kata dasar dalam bahasa Inggris. Data pada nomor enam sampai dua belas merupakan campur kode bentuk kata dasar dalam bahasa Korea. Data nomor delapan sampai tiga belas merupakan campur kode bentuk kata dasar dalam bahasa Jawa. Sementara itu, data nomor enam belas merupakan campur kode bentuk kata majemuk dalam bahasa Inggris.

Adapun temuan penggunaan campur kode berbentuk kata dalam kolom komentar konten K-Pop sebagai berikut.

Data

- 1) Acara **award** jd ky konser jennie
- 2) Jennie, Gd adalah bukti kalo sukses gimanapun **attitude** mereka tetap no.1
- 3) **Cute** bgt
- 4) **Happy** bangettt dia
- 5) Lagu se-**hectic** ini yg nyanyi cuma ber 5
- 6) Kukira aku sudah tidak menyukai kpop ternyata hanya butuh exo **comeback**
- 7) Omg kangen banget era jadi exo-l, tapi **bias** ku udh gaada, Baekhyun
- 8) **Shibal**...aku ngalamin lirik lagu ini di **rl**
- 9) Gummy smile jennie skrg mah gak terlalu keliatan yaa atau cmn perasaaan. Btw **chukkae** cantik bgt
- 10) Aduh anak ganteng imut lucu **kiyowo**
- 11) **Omo omo** gantengnya, btw itu rukun islam apa exo hehe
- 12) **Yorobun** jangan luluh dulu sama dia
- 13) Bahaya banget nih **oppa** mark
- 14) Baby face semua nya... **ngaku Idol** gen 5 pun aku percaya
- 15) Dia bener bener layak dan **pantes**, we made the right person famous
- 16) **Baby face** semua nya... ngaku Idol gen 5 pun aku percaya

Penggunaan campur kode berbentuk kata dasar dan kata majemuk dalam kolom komentar konten K-Pop telah menjadi istilah populer atau jargon (Nurfebriani & Sulistiyowati, 2025). Penggunaan campur kode dalam kolom komentar setiap konten K-Pop tidak hanya berfungsi sebagai variasi bahasa, tetapi juga sebuah bentuk ekspresi diri yang memungkinkan penggemar lebih mengeksplorasi identitas mereka dalam komunitas penggemar K-Pop dari berbagai *fandom*. Selain sebagai bentuk eksplorasi identitas, penggunaan kata-kata dalam campur kode digunakan untuk mengekspresikan emosi, pujian, hingga kritik secara praktis.

Kata “award” dan “comeback” pada sumber data “acara **award** jd ky konser jennie”, “kukira aku sudah tidak menyukai kpop ternyata hanya butuh exo **comeback**”, dan “AKHIRNYAAA URI CHAGIYA **COMEBACK**” digunakan untuk menunjukkan penggunaan istilah dalam teknis industri K-Pop. Dalam kolom komentar tersebut, penutur menyelipkan kata dalam bahasa Inggris “award” untuk menggantikan kata ‘penghargaan’ yang mana kata tersebut merujuk pada konsep spesifik dalam dunia hiburan. Selain itu, dalam kolom komentar tersebut juga merujuk pada bentuk ekspresi pujian kepada sang idola ‘Jennie’ yang sukses menguncang acara penghargaan tersebut. Sementara kata “comeback” merujuk pada sebuah momen kembalinya idola setelah vakum atau hiatus. Penyisipan kata “comeback” dipilih sebagai bentuk ekspresi bahagia dari penggemar yang dapat menyaksikan idola mereka tampil kembali pada acara penghargaan.

Selanjutnya kata “omo”, “kiyowo”, dan “chukkae” pada sumber data “**omo omo** gantengnya, btw itu rukun islam apa exo hehe”, “aduh anak ganteng imut lucu **kiyowo**”, “gummy smile jennie skrg mah gak terlalu keliatan yaa atau cmn perasaan. Btw **chukkae** cantik bgt” digunakan sebagai bentuk ekspresi emosional dan kedekatan. Penggunaan kata-kata bahasa Korea yang merupakan jenis campur kode ke luar ini digunakan secara spontan sebagai bentuk kedekatan emosional penggemar dengan idola. Dalam kolom komentar tersebut penutur menyelipkan pengulangan kata “omo” atau yang dalam bahasa Korea “*eomeo*” yang maknanya ‘astaga’ sebagai ekspresi keterkejutan atau kekaguman pada paras anggota *boyband* Exo yang tampil tidak lengkap dengan lima personel. Selain itu, terdapat kata “kiyowo” yang dalam bahasa Indonesia ‘imut atau lucu’ digunakan untuk memuji keimutan sang idola. Sementara kata “chukkae” dalam bahasa Indonesia ‘selamat’, digunakan untuk memberikan ucapan selamat secara akrab kepada sang idola atas penampilannya dalam acara penghargaan.

Selain campur kode berbentuk kata dalam bahasa Inggris dan bahasa Korea seperti yang dijelaskan di atas, terdapat pula kata “ngaku” dan “pantes” pada sumber data “Baby face semua nya... **ngaku** Idol gen 5 pun aku percaya” dan “Dia bener bener layak dan **pantes**, we made the right person famous” yang digunakan sebagai bentuk pujian kepada sang idola. Dalam kolom komentar tersebut, penutur menyelipkan kata dalam bahasa Jawa “ngaku” yang memiliki arti ‘mengaku’ yang ditujukan untuk memuji wajah sang idola yang terlihat lebih muda dari usianya. Sementara itu, penggunaan kata “pantes” dalam kolom komentar tersebut menunjukkan bahwa sang idola benar-benar layak untuk dikagumi. Pemilihan kata dalam bahasa Jawa “pantes” memiliki arti layak apabila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Penggunaan campur kode ini tidak hanya sekadar variasi bahasa, tetapi juga berfungsi sebagai pembentuk identitas kelompok yang menunjukkan bahwa penutur merupakan bagian dari komunitas *Korean wave* (Muhartoyo & Sharone, 2023).

a. Campur Kode Berbentuk Frasa

Campur kode berbentuk frasa ditemukan dalam kolom komentar konten K-Pop yang diunggah pada akun *Tiktok @fanaccount_lethi* dengan total sebanyak lima data. Adapun temuan penggunaan campur kode berbentuk frasa dalam kolom komentar konten K-Pop sebagai berikut.

Data

- 1) **Omg** kangen banget era jadi exo-l, tapi bias ku udh gaada, Baekhyun
- 2) Merinding banget liat penampilan jennie tadiii **best performance**
- 3) Gummy smile jennie skrg mah gak terlalu keliatan yaa atau cmn perasaan. **Btw** chukkae cantik bgt
- 4) AKHIRNYAAA **URI CHAGIYA COMEBACK**
- 5) **Gummy smile** jennie skrg mah gak terlalu keliatan yaa atau cmn perasaan. Btw chukkae cantik bgt

Penggunaan frasa ini tampak menonjol dalam kolom komentar konten K-pop yang menunjukkan bentuk ekspresi kekaguman penggemar K-Pop terhadap idola mereka. Penggunaan campur kode dalam kolom komentar konten K-Pop tidak hanya digunakan untuk mengekspresikan kekaguman, tetapi sebagai bentuk dukungan dan kedekatan emosional dengan idola dengan cara yang lebih spesifik. Beberapa contoh penggunaan frasa yang ditemukan dalam kolom komentar konten K-Pop adalah "*omg*" pada sumber data "**Omg** kangen banget era jadi exo-l, tapi bias ku udh gaada, Baekhyun" yang sangat umum digunakan sebagai seruan dalam interaksi penggemar. Frasa ini digunakan untuk menunjukkan reaksi spontan maupun interaksi antar sesama penggemar. Dalam kolom komentar tersebut penutur menyelipkan kata "*omg*" yang merupakan singkatan dari bahasa Inggris "*Oh My God*" sebagai bentuk frasa ekspresi keterkejutan atau nostalgia yang penggemar rasakan saat menjadi exo-l, dan merupakan hal yang sangat umum di media sosial. Selanjutnya, frasa "*best performance*" pada sumber data "Merinding banget liat penampilan jennie tadiii **best performance**" sebagai bentuk frasa nominal bahasa Inggris. Frasa ini digunakan untuk memperkuat ekspresi takjub penutur yang sebelumnya ditandai oleh verba psikologis "*merinding banget*". Penggemar menganggap penampilan Jennie adalah penampilan terbaik dari semua idola yang tampil dalam acara penghargaan tersebut.

Penyelipan frasa dalam bahasa Inggris ini menunjukkan bahwa dalam komunitas K-Pop, bahasa Inggris berfungsi sebagai bahasa universal dalam menyampaikan perasaan atau dukungan yang mana dipilih penutur karena dianggap memiliki bobot lebih tinggi digunakan dalam konteks internasional. Selain itu, penggunaan campur kode berbentuk frasa dalam media sosial dengan mencampurkan berbagai unsur bahasa untuk menciptakan variasi tuturan yang lebih ekspresif.

b. Campur Kode Berbentuk Klausa

Campur kode berbentuk klausa ditemukan dalam kolom komentar konten K-Pop yang diunggah pada akun *Tiktok @fanaccount_lethi* dengan total dua data.

Data

- 1) Gilaaaa, **she look so perfect and cute**
- 2) Dia benar benar layak dan pantes, **we made the right person famous**
- 3) **We proud of u** JENNIE ku sayanggg
- 4) Cape tapi lega banget ya jen, **you did it**
- 5) Jennie sedang menunjukkan **WHO IS SHE**
- 6) Hey hey **look at me** sayankuu

Penggunaan campur kode berbentuk klausa ini terlihat dalam kolom komentar “*she look so perfect and cute*” pada sumber data “gilaaaa, **she look so perfect and cute**” yang merupakan klausa bahasa Inggris sebagai ekspresi kekaguman visual. Penutur meyelimkan klausa tersebut untuk memberikan pujian kepada sang idola yang tampil dengan begitu sempurna dan imut sekaligus. Penggunaan klausa ini dipilih penutur karena ungkapan tersebut lebih mampu mewakili standar kesempurnaan atau kecantikan yang ingin disampaikan dalam konteks komunitas K-Pop.

Selanjutnya, penggunaan klausa “*we made the right person famous*” pada sumber data “dia benar benar layak dan pantes, **we made the right person**” yang merupakan klausa dalam bahasa Inggris sebagai pernyataan kebanggaan. Klausa tersebut dalam bahasa Indonesia memiliki arti ‘kami membuat orang yang tepat menjadi terkenal’, bukan hanya sebuah komentar biasa namun bentuk pernyataan sikap rasa bangga dari sebuah *fandom* atas keberhasilan sang idola.

Sementara itu, penggunaan klausa “*we proud of u*” pada sumber data “**we proud of u** JENNIE ku sayanggg” yang merupakan klausa dalam bahasa Inggris sebagai pernyataan dukungan atas apa yang telah dicapai oleh sang idola. Penggemar ikut bangga dengan idola mereka karena sudah berhasil memberikan yang terbaik.

Penggunaan klausa dalam kolom komentar konten K-Pop menunjukkan bahwa interaksi dalam media sosial *TikTok* telah menciptakan ruang linguistik, bahasa Inggris digunakan sebagai narasi solidaritas dan identitas kelompok (Dini et al., 2024).

3. Analisis Fungsi Sociolinguistik dalam Campur Kode

Peristiwa campur kode dalam kolom komentar penggemar K-Pop pada akun *TikTok* @fanaccount_lethi, bukan hanya sekadar variasi bahasa yang asal-asalan. Campur kode digunakan oleh para penggemar dalam berkomunikasi yang mana memiliki fungsi sosial. Merujuk pada teori sociolinguistik Bucholtz & Hall (2005) dan Bulter (1997), bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk menampilkan, menegosiasikan, dan membentuk identitas. Campur kode yang digunakan penggemar K-Pop dibagi menjadi tiga fungsi utama, yaitu fungsi ekspresi, fungsi identitas, dan fungsi solidaritas.

a. Fungsi Ekspresi

Dalam sociolinguistik, pilihan bahasa sering kali digunakan seseorang untuk menunjukkan perasaan atau emosi secara spontan, serta rasa akrab yang sulit disampaikan jika hanya menggunakan satu bahasa saja (Holmes, 2013). Dalam kolom komentar *TikTok* yang berjalan cepat dengan adanya sistem fyp, mendorong penggemar untuk langsung mengeluarkan emosi mereka setelah menonton video konten *Melon Music Awards* (MMA). Data yang ditemukan berupa fungsi ekspresi paling banyak muncul melalui kata-kata dalam bahasa Korea yang menggambarkan perasaan, seperti kata *shibal*, *omo*, *kiyowo*, serta kata dalam bahasa Inggris seperti *cute* dan bentuk frasa *omg*. Istilah asing ini dirasa lebih mewakili luapan perasaan emosi para penggemar K-Pop.

Sebagai contoh, pada komentar “*Aduh anak ganteng imut lucu kiyowo*”, penyisipan kata *kiyowo* di akhir kalimat bukan hanya berarti ‘*imut*’, melainkan untuk menunjukkan rasa gemas yang sangat mendalam kepada idola mereka. Begitu pula umpatan dalam bahasa Korea “*shibal*” pada komentar “*Shibal...aku ngalamin lirik lagu ini di rl*”. Kata tersebut digunakan sebagai luapan emosi spontan karena penggemar merasa lirik lagu tersebut sangat sedih dan sangat sesuai dengan kehidupan nyata yang dirasakan penggemar. Dengan demikian, campur kode di sini

berfungsi sebagai alat bantu agar perasaan penggemar dapat tersampaikan dengan tingkat emosi yang tepat.

b. Fungsi Identitas

Bahasa merupakan alat utama yang digunakan seseorang untuk menunjukkan siapa diri mereka dan dari kelompok mana mereka berasal. Dalam media sosial yang digunakan oleh banyak orang berbeda, campur kode yang digunakan oleh penggemar K-Pop berfungsi sebagai penanda identitas kelompok agar berbeda dengan pengguna internet biasa. Identitas ini dibentuk dengan menggunakan ciri khas dalam dunia K-Pop yang sudah dipahami bersama oleh komunitas tersebut, seperti kata bias, comeback, yorobun, oppa, serta fandom resmi exo-l.

Penggunaan kata-kata tersebut dalam komentar seperti “Omg kangen banget era exo-l, tapi bias ku udh gaada, Baekhyun” menjadi penanda sosial bahwa penulis komentar paham betul tentang budaya K-Pop. Penggunaan kata-kata ini menjadi bahasa khusus yang membuat sesama anggota dalam suatu komunitas merasa saling terhubung, sekaligus membedakan mereka dengan orang luar yang tidak memahami dunia K-Pop. Melalui campur kode ini, penggemar menunjukkan identitas mereka sebagai bagian dari komunitas penggemar K-Pop global yang modern dan mengikuti perkembangan zaman.

c. Fungsi Solidaritas

Menurut teori sociolinguistik, campur kode dapat digunakan sebagai strategi untuk mendekatkan hubungan sosial dan mempererat rasa kebersamaan. Pertama, pemakaian bahasa Korea yang menunjukkan rasa memiliki terhadap idola, seperti pemakaian frasa *uri chagiya* pada komentar “AKHIRNYAAA URI CHAGIYA COMEBACK”. Kata *uri* yang berarti ‘kita’ atau ‘kami’ langsung menyatukan perasaan semua penggemar seolah-olah idola tersebut adalah milik bersama. Kedua, rasa kebersamaan yang terbangun semakin erat karena adanya campur kode ke dalam yang menggunakan bahasa daerah atau bahasa santai, seperti bahasa Jawa ‘pantes dan ngaku’ serta dialek Jakarta ‘ngalamin’.

Penggunaan bahasa daerah dalam kalimat “Dia bener bener layak dan pantas, we made the right person famous” membuat suasana dalam komentar tidak kaku. Bahasa santai ini mengubah kolom komentar yang asing menjadi tempat mengobrol yang hangat dan penuh rasa keakraban, layaknya mengobrol dengan teman dekat sendiri.

Simpulan

Fenomena campur kode dalam kolom komentar pengguna konten K-Pop pada aplikasi *TikTok* oleh akun @fanaccount_lethi berfokus pada bentuk dan fungsi komunikasi dalam ruang digital komunitas penggemar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga jenis campur kode, yaitu campur kode ke luar (*outer code-mixing*), campur kode ke dalam (*inner code-mixing*) dan campur kode campuran (*hybrid code-mixing*). Campur kode yang digunakan didominasi oleh campur kode ke luar (*outer code-mixing*) yang melibatkan bahasa Inggris dan Korea dalam bentuk kata dasar, kata majemuk, frasa dan klausa. Dalam interaksi ini, campur kode tidak hanya berfungsi sebagai variasi bahasa, tetapi juga sebagai instrumen ekspresi emosional, sarana pemberian apresiasi atau kritik terhadap idola, serta alat untuk memperkuat identitas kelompok dalam komunitas K-Pop. Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang banyak berfokus pada media sosial berbasis teks seperti *Facebook* dan *Twitter*, studi ini menawarkan kebaruan dengan mengidentifikasi pola distribusi linguistik dalam kolom komentar *TikTok* yang bersifat spontan dan berbasis konten audio-visual K-Pop yang kaya akan muatan emosional. Dengan

demikian, penelitian ini memberikan kontribusi bagi bidang sosiolinguistik dalam memahami bagaimana klasifikasi campur kode di media baru mencerminkan perilaku berbahasa masyarakat digital saat ini. Penggunaan unsur bahasa asing membentuk ruang linguistik yang menunjukkan kecenderungan penggunaan campur kode dalam komunitas digital tertentu.

Ucapan terima kasih

Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyelesaian artikel ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada bapak Drs. Sukarno, M. Hum. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan saran dan masukan kepada penulis.

Daftar Pustaka

- Adawiah, R., & History, A. (2023). Code mixing used by k-pop lovers on social media. *Inspiring: English Education Journal*, 6(1), 36–45. <https://doi.org/10.35905/inspiring.v6i1.4351>
- Amri, Y. K. (2019). Alih kode dan campur kode pada media sosial. *Posiding Seminar Nasional PBSI II*, 149–154.
- Azzurra, D., & Hijrah, N. (2024). Pengaruh budaya populer k-pop terhadap fenomena campur kode dan alih kode di media sosial. *ISOLEK: Jurnal Pendidikan, Pengajaran, Bahasa, dan Sastra*, 2(1), 117–225. <https://doi.org/10.59638/isolek.v2i1.278>
- Bucholtz, M., & Hall, K. (2005). Identity and interaction: A sociocultural linguistic approach. *Discourse Studies*, 7(4–5), 585–614. <https://doi.org/10.1177/1461445605054407>
- Bulter, J. (1997). *Excitable speech: A politics of the performative*. Routledge.
- Chaer, A. (2010). *Sosiolinguistik pengenalan awal*. Rineka Cipta.
- Dini, W., Asfar, D. A., & Syahrani, A. (2024). Language variations of k-pop fans on the @Caratstalk auto-base account in X: Sociolinguistic study. *Edu-Kata*, 10(2), 1–9. <https://doi.org/10.52166/kata.v10i2.6791>
- Holmes, J. (2013). *An introduction to sociolinguistics* (4th ed.). Routledge.
- Maarif, M. F. A., & Saddhon, K. (2023). Campur kode pada unggahan akun instagram @ganjar_pranowo: Kajian sosiolingusitik. *Jurnal Pendidikan, Bahasa dan Budaya*, 2(1), 196–211. <https://doi.org/10.55606/jpbb.v2i1.1157>
- Mahsun. (2017). *Metode penelitian bahasa: Tahapan, strategi, metode, dan tekniknya*. PT Raja Grafindo Persada.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis*. Sage.
- Muhartoyo, M., & Sharone, V. (2023). Code switching and code mixing practised by k-pop idols diaspora. *Lingua Cultura*, 17(2), 227–231. <https://doi.org/10.21512/lc.v17i2.10399>
- Nurchurifiani, E., Hanum, I., Damiri, A., & Oktariyani, O. (2025). A code mixing usage on social media: A linguistic analysis of video on tiktok. *KLAUSA (Kajian Linguistik, Pembelajaran Bahasa, dan Sastra)*, 9(1), 90–101. <https://doi.org/10.33479/klause.v9i1.1194>
- Nurfebriani, A., & Sulistiyowati, I. (2025). Pemakaian bahasa campuran (Code mixing) pada interaksi remaja di media sosial: Kajian sosiolinguistik. *Ar-Rasyid: Jurnal Publikasi Penelitian Ilmiah*, 1, 801–809. <https://journal.sahakreasindo.co.id/index.php/ar-rasyid>
- Nurohmah, L., Wahono Saptomo, S., & Kunci, K. (2022). Campur kode dalam teks pidato Bupati Sragen. 4(2), 2714–9862. <https://doi.org/10.32585/klitika.v2i2.3575>
- Purba, E. N., Togatorop, D. P., Simbolon, A., & Sari, Y. (2024). Analisis pengaruh media sosial terhadap keberagaman bahasa: Campur kode sebagai tren komunikasi anak muda.

- Atmosfer: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, dan Sosial Humaniora*, 2(4).
<https://doi.org/10.59024/atmosfer.v2i4.1060>
- Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles, dan Huberman. *Journal of Management, Accounting and Administration*, V, 1(2), 77–84.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Sadida, A. L., Saptomo, S. W., Sukarno, S., & Wicaksana, M. F. (2025). Strategi persuasif dalam penggunaan campur kode pada iklan outfit oleh brand ambassador @9bintaa di media sosial X. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 11(3), 2678–2689.
<https://doi.org/10.30605/onoma.v11i3.5885>
- Septiani, D. A., Maheltra, N. A., Heryanti, D., Adawiyah, N. S., Suherman, M. S., & Lisnawati, I. (2025). Fenomena alih kode dan campur kode dalam interaksi keluarga melalui konten tiktok Metha Armelita. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5.
- Sihombing, N. Y. A. (2024). Campur kode dalam media sosial tiktok: Sebuah studi gaya. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 2487–2496.
- Solekhudin, M., & Uswatun, H. R. R. Y. (2022). Bentuk-bentuk campur kode dan alih kode pada halaman facebook Kementerian Kesehatan RI (Kajian sosiolinguistik). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(September), 242–252.
- Susmita, N. (2015). Alih kode dan campur kode dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP Negeri 12 Kerinci Nelvia. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 17(2), 87–98.
- Syifa, S., Geraldine, A., Valencia, P., Alvionita, C., Nugraha, S., & Megawati, E. (2024). Penyimpangan bahasa pada gen-z dalam grup k-pop di media sosial. *JBSI: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(01), 9–18. <https://doi.org/10.47709/jbsi.v4i01.4272>
- Tyas, N. W., Maspuroh, U., & Adham, M. J. I. (2023). Analisis campur kode pada tayangan video “review makanan” di konten tiktok Betty Augustina dan pemanfaatannya sebagai video pembelajaran teks ulasan di SMP Kelas VIII: Kajian sosiolinguistik. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(1), 3015–3024.
- W, Y. (2022). Fenomena fanwar di kalangan penggemar k-pop pada media sosial instagram. *Jurnal PUBLIQUE*, 3(1), 1–21. <https://doi.org/10.15642/publique.2022.3.1.1-21>
- Wahyuningsih, R. S., Hermawan, W., Anggrestia, N. V., Zahro, F., & Rosadha, S. A. (2024). Bentuk campur kode ke luar dalam novel *Fall In Love With Senior* karya Sonya Nadila: Kajian sosiolinguistik. *Semantik: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa, dan Budaya*, 2(2), 132–145.
<https://doi.org/10.61132/semantik.v2i2.597>
- Wardani, H. T., Pradita, L. E., & Wahyono, H. (2026). Faktor alih kode dan campur kode dalam youtube channel keluarga bacil. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 12(2), 911–928. <https://doi.org/10.30605/ewphnf28>
- Wulandari, A. S. W., Widayanti, W., & Setyawan, D. (2025). Analisis bentuk campur kode content creator pada akun @furkysyahroni di aplikasi tiktok. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(1), 319–335. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v4i1.4360>
- Yahya, M. (2023). penggunaan variasi bahasa oleh komunitas fandom k-pop di twitter: Kajian sosiolinguistik. *Deiksis: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 10(1), 16–25.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33603/deiksis.v10i2.16-25>
- Yuliani, N. M., Sukri, S., & Saridewi, D. P. (2023). Campur kode luar bahasa fandom “ARMY” pada kolom komentar postingan instagram @army_indonesiaa: Kajian sosiolinguistik. *Journal of Education Research*, 4(3), 1265–1274. <https://doi.org/10.37985/jer.v4i3.328>