



CAMPUR KODE PADA PODCAST THE CATCH UP CLUB DI YOUTUBE

Felisya Wanna Putri

Universitas Islam Riau

Sutiara Mayulis

Universitas Islam Riau

Fatmawati

Universitas Islam Riau

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau.

Korespondensi penulis: felisyawannaputri@student.uir.ac.id, sutiaramayulis@student.uir.ac.id,
fatmawati@edu.uir.ac.id

Abstrak. This research is motivated by the phenomenon of code-mixing as a growing sociolinguistic trend in digital media, particularly YouTube and podcasts, which serve as interaction spaces for bilingual communities. The Catch Up Club podcast was selected as the research object because it exhibits intense code-mixing that has not been widely examined in previous studies. This study aims to describe and analyze the types of code-mixing and their usage trends within The Catch Up Club podcast on YouTube. A qualitative approach was employed, using content analysis on the speech in The Catch Up Club Episode 13, "Salam Bugar." Data were collected through the listening and note-taking technique, and then analyzed using the Miles and Huberman model through data reduction, data display, and conclusion drawing. The results showed 84 instances of code-mixing, consisting of 78 instances of outer code-mixing (92.86%), 4 instances of inner code-mixing (4.76%), and 2 instances of mixed code-mixing (2.38%), with a dominance of English element insertions. These findings indicate that code-mixing in podcasts is a communication strategy influenced by bilingualism, the development of digital media, the social identity of the younger generation, and the need to use specific terms, while also contributing to the advancement of sociolinguistic studies regarding language use in digital media.

Keywords: Code-mixing; Sociolinguistics; YouTube podcast.

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena campur kode sebagai gejala sosiolinguistik yang semakin berkembang pada media digital, khususnya YouTube dan podcast, sebagai ruang interaksi masyarakat bilingual. Podcast *The Catch Up Club* dipilih sebagai objek penelitian karena menampilkan penggunaan campur kode yang intens dan belum banyak dikaji dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis jenis-jenis campur kode serta kecenderungan penggunaannya dalam Podcast *The Catch Up Club* di YouTube. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi terhadap tuturan pada Podcast *The Catch Up Club* Episode 13 "Salam Bugar". Data dikumpulkan melalui teknik simak dan catat, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan 84 data campur kode, terdiri atas 78 data campur kode ke luar (92,86%), 4 data campur kode ke dalam (4,76%), dan 2 data campur kode campuran (2,38%), dengan dominasi penyisipan unsur bahasa Inggris. Temuan ini menunjukkan bahwa campur kode dalam podcast merupakan strategi komunikasi yang dipengaruhi oleh bilingualisme, perkembangan media digital, identitas sosial generasi muda, dan kebutuhan penggunaan istilah tertentu, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian sosiolinguistik mengenai penggunaan bahasa di media digital.

Kata Kunci: Campur kode; Sosiolinguistik; Podcast YouTube.

PENDAHULUAN

Dalam interaksi sosial, bahasa memiliki peran yang penting dalam menyampaikan maksud penutur kepada lawan tutur. Bahasa merupakan sarana utama yang digunakan manusia untuk berkomunikasi dan membangun hubungan sosial, sehingga keberadaan bahasa dan manusia memiliki keterkaitan yang tidak dapat dipisahkan (Cahya et al., 2023). Bahasa memiliki beragam fungsi, diantaranya sebagai sarana untuk mengekspresikan perasaan, alat komunikasi, media integrasi dan adaptasi sosial, serta instrumen pengendalian sosial (Anggini et al., 2022). Dalam sudut pandang sosiolinguistik, bahasa tidak hanya dipahami sebagai suatu sistem linguistik, tetapi juga sebagai instrumen sosial yang berfungsi untuk membangun interaksi dan komunikasi antar pengguna bahasa dalam masyarakat (Chaer & Agustina, 2014).

Sebagai masyarakat multilingual yaitu masyarakat yang menguasai lebih dari satu atau dua bahasa ada beberapa masalah yang bisa saja muncul dalam menggunakan bahasa. Masyarakat multilingual biasanya tidak terlepas dari penggunaan alih kode dan campur kode. (Setiaji & Mursalin, 2023) Salah satu masalah yang sering muncul dalam pada masyarakat multilingualisme adalah campur kode. Campur kode merupakan memasukkan unsur bahasa lain dalam sebuah tuturan bahasa. Hal tersebut sejalan dengan Umifa et al. (2022) yang berpendapat bahwa campur kode terjadi ketika penutur menyisipkan unsur bahasa lain ke dalam bahasa yang sedang digunakan dalam komunikasi. Sedangkan menurut (Tsani & Musthafa, 2024) campur kode digunakan untuk memperkaya ekspresi bahasa, menegaskan pesan tertentu, dan menarik perhatian audiens yang lebih luas. Campur kode merupakan gejala kebahasaan yang lazim ditemukan dalam berbagai situasi tutur, termasuk percakapan sehari-hari, literatur tertulis, dan media massa (Adzam et al., 2024). Campur kode digunakan secara sadar untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, baik demi terciptanya pemahaman bersama dengan mitra tutur maupun sebagai sarana ekspresi gaya dan status sosial (Nurpadillah, 2023). Suwito (dalam Susylowati et al., 2024) menyebutkan ada dua hal yang menjadi latar belakang campur kode yaitu : 1) sikap, dan 2) kebahasaan.

Menurut Rohmadi (dalam Kartolo et al., 2022) campur kode adalah penggunaan lebih dari satu bahasa dalam suatu ujaran yang ditandai dengan penyisipan unsur bahasa tertentu ke dalam bahasa lain sehingga unsur tersebut menjadi bagian dari tuturan yang sama. Suwandi (dalam Kartolo et al., 2022) membagi campur kode menjadi tiga jenis yaitu : 1) Campur kode ke dalam (*inner code-mixing*) yaitu melibatkan bahasa asli dengan variasi atau bahasa daerah yang masih berada dalam lingkungan kebahasaan yang sama, misalnya bahasa Indonesia dengan bahasa Batak, Minang, atau Sumbawa. , 2) campur kode ke luar (*outer code-mixing*) yaitu memasukkan atau menggunakan unsur bahasa asing dalam suatu tuturan, misalnya perpaduan bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris atau bahasa Jepang., dan 3) campur kode campuran (*hybrid code mixing*) yaitu memadukan unsur bahasa daerah dan bahasa asing dalam satu klausa atau kalimat.

Selain menjadi karakteristik masyarakat bilingual dan multilingual, campur kode juga merupakan indikator yang relevan dalam menganalisis penggunaan bahasa pada ranah *platform* digital yang kompleks (Asdah & Safitri, 2025). Salah satu *platform* digital yang memiliki pengaruh besar dalam penyebaran informasi dan pembentukan pola komunikasi masyarakat yaitu YouTube. Sebagai salah satu platform berbagi video terbesar secara global, YouTube menyediakan beragam konten multimedia yang dapat diakses oleh pengguna tanpa dikenai biaya. (Widiastuti & Fauziya, 2024). YouTube merupakan *platform* media sosial berbasis daring yang menyediakan fasilitas bagi pengguna untuk mengunggah, menonton, mengunduh, serta membagikan video kepada pengguna lainnya (Wirawan & Shaunaa, 2021). YouTube telah

menjadi wadah bagi berbagai bentuk konten digital, termasuk *podcast* yang saat ini semakin populer. *Podcast* merupakan media berbasis percakapan yang mengangkat berbagai topik, mulai dari pendidikan hingga isu sosial, dengan penyajian yang komunikatif dan interaktif. Popularitas *podcast* tidak terlepas dari kemampuannya menyediakan ruang diskusi yang lebih luas sehingga pembicara dapat menyampaikan pemikiran secara komprehensif. Kondisi tersebut sekaligus memunculkan variasi penggunaan bahasa yang beragam dan berpotensi menjadi objek kajian linguistik.

Salah satu *podcast* yang menunjukkan fenomena tersebut adalah *podcast* The Catch Up Club yang ditayangkan melalui YouTube. *Podcast* ini memiliki 229 rb subscriber dengan 104 vide yang diunggah di laman akunnya. *Podcast* ini menarik perhatian publik karena menghadirkan berbagai diskusi mengenai kehidupan sehari-hari, hubungan sosial, karier, pengalaman pribadi, serta isu-isu yang dekat dengan kalangan muda dengan suasana yang asik dan menyenangkan.. Dalam proses penyampaian topik, para pembicara kerap menggunakan bahasa Indonesia yang dipadukan dengan unsur-unsur bahasa Inggris dalam berbagai bentuk, seperti kata, frasa, maupun klausa. Penggunaan campur kode tersebut muncul secara alami sepanjang percakapan dan menjadi salah satu karakteristik komunikasi dalam *podcast* tersebut. Fenomena ini menarik untuk dikaji karena dapat memberikan gambaran mengenai pola penggunaan bahasa pada media digital yang digemari generasi muda. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji bentuk dan jenis campur kode dalam *Podcast* The Catch Up Club masih relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang penelitian yang dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian sosiolinguistik pada media digital.

Penelitian mengenai campur kode dalam konten media sosial telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Beberapa di antaranya relevan dengan kajian yang akan dilakukan dalam penelitian ini. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Charlina et al. (2022) dengan judul "*Analisis Campur Kode dan Alih Kode dalam Program Game Show TWK Season 2 pada Akun YouTube Narasi*". Penelitian tersebut bertujuan mendeskripsikan bentuk-bentuk campur kode dan alih kode serta faktor penyebabnya dalam video program TWK season 2 pada YouTube Narasi. Hasil penelitian menunjukkan ditemukannya 154 data campur kode dan 48 data alih kode. Campur kode ke luar (*outer code-mixing*) lebih dominan dengan 137 data, dibandingkan campur kode ke dalam (*inner code-mixing*) sebanyak 17 data. Faktor penyebab pemakaian campur kode dalam penelitian tersebut meliputi keinginan membangkitkan rasa humor, penunjuk identitas, faktor penutur, situasi, dan perubahan topik.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Utomo et al. (2024) dengan judul "*Alih Kode dan Campur Kode dalam Podcast Dedy Corbuzier bersama Jerome Polin pada Media Sosial YouTube*". Penelitian ini menganalisis *podcast* berjudul "JEROME POLIN, LOE NGEHEK YA!!" dan menemukan 33 tuturan yang terdiri dari 15 alih kode dan 18 campur kode. Seluruh alih kode yang ditemukan berbentuk alih kode keluar (*external code switching*), yaitu peralihan antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Adapun campur kode yang dominan adalah *outer code mixing* berupa penyisipan unsur bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia, dengan satu temuan *inner code mixing* berupa penyisipan kata bahasa Jawa.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Tahir et al. (2026) berjudul "*Campur Kode Pengguna Media Sosial X dalam Akun Tanyarlfe: Kajian Sosiolinguistik*". Penelitian ini berfokus pada penyisipan campur kode dalam unggahan dan komentar di *platform* media sosial X. Dengan menggunakan teori Muysken, penelitian tersebut menemukan 61 data campur kode yang terdiri dari 39 data penyisipan kata dan 22 data penyisipan frasa. Campur kode ke luar (*outer code mixing*) berupa penyisipan bahasa Inggris menjadi yang paling dominan, mencerminkan

kecenderungan pengguna media sosial Indonesia dalam mengadopsi bahasa asing untuk menciptakan gaya komunikasi yang lebih singkat dan modern.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Noviana et al. (2025) berjudul "*Analisis Alih Kode dan Campur Kode pada Podcast Login Habib Jafar dan Onad di Media Sosial YouTube*". Penelitian ini menganalisis episode 19 season 2 *podcast* Login yang diunggah di kanal YouTube Dedy Corbuzier. Hasil penelitian menunjukkan ditemukannya 4 tuturan alih kode eksternal dan 37 dialog campur kode, yang didominasi campur kode eksternal sebanyak 32 kasus melibatkan bahasa Inggris dan Arab. Campur kode internal ditemukan sebanyak 5 dialog yang mencampurkan bahasa Indonesia dengan bahasa Betawi, Jawa, dan Maluku.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian-penelitian di atas, terdapat persamaan sekaligus perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya terletak pada pendekatan kualitatif deskriptif dan fokus kajian sociolinguistik mengenai campur kode dalam konten media sosial YouTube. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitian, yakni *podcast* The Catch Up Club di kanal YouTube, yang belum pernah dikaji sebelumnya. Selain itu, kekhasan konten *podcast* ini yang menampilkan percakapan santai dan dinamis di antara para pembawa acara menarik untuk dikaji lebih mendalam, terutama dalam hal bentuk-bentuk campur kode yang digunakan serta faktor-faktor penyebabnya.

Sebagai upaya untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini menawarkan kajian yang berfokus pada analisis campur kode dalam *Podcast* The Catch Up Club di *Channel* YouTube. Kebaruan penelitian terletak pada objek kajian yang belum banyak diteliti dalam penelitian sociolinguistik sebelumnya. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi keberadaan campur kode, tetapi juga menganalisis jenis campur kode yang digunakan oleh para pembicara berdasarkan teori campur kode yang relevan. Melalui analisis tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian sociolinguistik mengenai penggunaan bahasa dalam media digital, khususnya yang berkaitan dengan fenomena bilingualisme dan campur kode pada *podcast*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis jenis-jenis campur kode yang terdapat dalam *podcast* The Catch Up Club di *Channel* YouTube berdasarkan teori campur kode yang relevan, serta menjelaskan kecenderungan penggunaan campur kode yang muncul dalam tuturan para pembicara. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian sociolinguistik dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas penggunaan bahasa dalam media digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam mengenai pemaknaan, sudut pandang, serta keterkaitan situasi yang dialami oleh para subjek dalam penelitian tersebut (Niam et al., 2024). Sedangkan analisis isi didefinisikan sebagai pendekatan penelitian yang mengedepankan prinsip objektivitas dan keteraturan sistematis (Pratama et al., 2021). Penggunaan metode ini dipandang tepat karena fokus utama penelitian adalah menganalisis penggunaan campur kode dalam *podcast* The Catch Up Club. Objek penelitian ini adalah konten *podcast* di *channel* YouTube The catch Up Club dengan sumber data yang berasal langsung dari unggahan video tersebut. Adapun data penelitian ini berupa tuturan verbal, baik berupa kata, frasa, maupun kalimat yang diidentifikasi mengandung campur kode ke dalam, campur kode ke luar, dan campur kode campuran.

Data dikumpulkan melalui teknik observasi atau simak-catat terhadap objek audiovisual. Observasi dilakukan dengan peneliti hanya mengamati dan menganalisis konten yang tersaji. Prosedur pengumpulan data dijalankan secara sistematis melalui beberapa tahapan. Tahap awal adalah pemilihan video di saluran YouTube The Catch Up Club yang menunjukkan frekuensi penggunaan campur kode cukup tinggi. Setelah video terpilih, peneliti menonton rekaman tersebut secara berulang untuk memperoleh pemahaman mendalam terhadap tuturan dalam podcast. Berikutnya, dilakukan proses identifikasi dan transkripsi, yakni peneliti memilah bagian-bagian tuturan yang mengandung unsur campur kode, lalu mengubah dari bentuk lisan ke bentuk tulisan. Pada tahap akhir, hasil transkripsi dimasukkan ke dalam tabel data, kemudian dikategorikan sesuai dengan jenis campur kode yang ditemukan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan model analisis interaktif yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman (dalam Qomaruddin & Sa'diyah, 2024). Proses analisis dilakukan melalui tiga tahap utama, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap pertama, reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan perhatian pada data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti memilah, menyederhanakan, dan mengelompokkan tuturan yang mengandung unsur campur kode berdasarkan kategori jenisnya. Pada tahap kedua, penyajian data disusun dalam bentuk deskripsi naratif yang memudahkan peneliti dalam melihat keterkaitan antar data, mengenali pola yang muncul, serta memahami hubungan antara berbagai fenomena yang dikaji. Pada tahap ketiga, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan data yang telah dianalisis guna mengungkap makna, fungsi, serta kecenderungan penggunaan campur kode dalam podcast tersebut.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap tuturan dalam *podcast The Catch Up Club* Episode 13 berjudul "*Salam Bugar*" di kanal YouTube, penelitian ini berhasil mengidentifikasi tiga jenis campur kode sebagaimana yang diklasifikasikan oleh Suwandi (dalam Kartolo et al., 2022), yaitu campur kode ke luar (*outer code mixing*), campur kode ke dalam (*inner code mixing*), dan campur kode campuran (*hybrid code mixing*). Secara keseluruhan, ditemukan sebanyak 84 data tuturan yang mengandung unsur campur kode, dengan rincian 78 data campur kode ke luar (92,86%), 4 data campur kode ke dalam (4,76%), dan 2 data campur kode campuran (2,38%).

Tabel 1

Rekapitulasi Jenis Campur Kode dalam Podcast The Catch Up Club Episode 13

No.	Jenis Campur Kode	Deskripsi	Jumlah Data	Persentase
1.	Campur Kode ke Luar (<i>Outer Code Mixing</i>)	Penyisipan unsur bahasa asing ke dalam tuturan bahasa Indonesia	78	92,86%
2.	Campur Kode ke Dalam (<i>Inner Code Mixing</i>)	Penyisipan unsur bahasa daerah ke dalam tuturan bahasa Indonesia	4	4,76%
3.	Campur Kode Campuran (<i>Hybrid Code Mixing</i>)	Penyisipan unsur bahasa asing dan bahasa daerah secara bersamaan	2	2,38%

	Total	84	100%
--	-------	----	------

1. Campur Kode ke Luar (*Outer Code Mixing*)

Campur kode ke luar (*outer code mixing*) merupakan jenis campur kode yang paling dominan dalam Podcast The Catch Up Club Episode 13, dengan total 78 data (92,86%). Menurut Suwandi (dalam Kartolo et al., 2022), campur kode ke luar terjadi apabila penutur memasukkan atau menggunakan unsur bahasa asing ke dalam tuturannya, misalnya perpaduan bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Dalam konteks podcast ini, seluruh data campur kode ke luar berwujud penyisipan kata, frasa, atau istilah dalam bahasa Inggris ke dalam tuturan berbahasa Indonesia. Penyisipan tersebut terjadi di berbagai topik pembicaraan, mulai dari olahraga, perawatan kulit, hingga gaya hidup sehari-hari. Berikut disajikan beberapa contoh data campur kode ke luar yang representatif.

Data (1) :

"**Strength training** bukan angkat beban ya."

Tuturan di atas merupakan campur kode ke luar karena penutur menyisipkan frasa bahasa Inggris *strength training* ke dalam kalimat berbahasa Indonesia. Istilah *strength training* digunakan untuk merujuk pada jenis latihan fisik yang bertujuan meningkatkan kekuatan otot. Penutur memilih menggunakan istilah dalam bahasa Inggris tersebut alih-alih padanan bahasa Indonesia seperti "latihan kekuatan" karena istilah tersebut dianggap lebih spesifik, lebih familiar di kalangan pegiat kebugaran, dan lebih lazim digunakan dalam konteks olahraga modern. Fenomena ini mencerminkan adanya peran dominasi bahasa Inggris sebagai bahasa internasional di bidang kebugaran dan gaya hidup.

Data (2) :

"Kita punya ini ya **preference** olahraga masing-masing gitu. ."

Kata *preference* dalam tuturan tersebut merupakan leksikon asing (bahasa Inggris) yang disisipkan ke dalam kalimat berbahasa Indonesia. Dalam bahasa Inggris, *preference* berarti "preferensi" atau "pilihan yang lebih disukai". Penutur menggunakan bentuk bahasa Inggris tersebut alih-alih padanan bahasa Indonesianya, yaitu *preferensi*. Penyisipan kata asing ini termasuk ke dalam campur kode ke luar karena melibatkan bahasa yang berbeda dari bahasa Indonesia, yaitu bahasa Inggris yang berasal dari rumpun bahasa Jermanik. Fenomena ini umum ditemukan dalam percakapan informal, terutama di kalangan masyarakat urban atau penutur yang terbiasa terpapar istilah-istilah berbahasa Inggris.

Data (3) :

"Kalau sekarang gue ee **strength training** nya mm **circuit training** gitu."

Pada tuturan ini, penutur menyisipkan dua frasa bahasa Inggris sekaligus, yakni *strength training* dan *circuit training*, dalam satu klausa berbahasa Indonesia. Penyisipan ganda ini menunjukkan bahwa penutur secara alami beroperasi dalam ranah kebugaran dengan menggunakan terminologi berbahasa Inggris, mengingat istilah-istilah tersebut memang berasal dari konteks kebugaran berbahasa Inggris dan belum memiliki padanan baku yang luas dikenal dalam bahasa Indonesia.

Data (4) :

"Tapi kita pengen coba **experience** dari **car free day** itu kayak gimana sih?"

Kata *experience* yang disisipkan dalam kalimat berbahasa Indonesia di atas merupakan bentuk campur kode ke luar. Penutur menggunakan kata *experience* alih-alih padanannya dalam bahasa Indonesia yaitu "pengalaman". Pilihan penggunaan kata tersebut menunjukkan bahwa bahasa Inggris digunakan untuk mengisi kekosongan stilistik dalam percakapan informal, sekaligus mempertegas kesan modern dan dinamis yang ingin ditampilkan dalam komunikasi podcast.

Selain contoh-contoh di atas, terdapat sejumlah data lain yang memperlihatkan kekayaan variasi campur kode ke luar dalam episode ini, antara lain penggunaan kata dan frasa seperti: *balance*, *bootcamp*, *crossfit*, *deadlift*, *smooth*, *slow burn*, *sprint*, *boxing*, *step box*, *tracking*,

outdoor, indoor, sunscreen, skincare, lipstick, eyeliner, lip gloss, blush on, broken heart, home run, coach, perfect, bouncy, plumpy, sensitive, breakout, dan at least. Seluruh kata dan frasa tersebut merupakan leksikon bahasa Inggris yang disisipkan secara natural ke dalam tuturan berbahasa Indonesia, sehingga secara konsisten memenuhi kriteria campur kode ke luar sebagaimana didefinisikan oleh Suwandi.

2. Campur Kode ke Dalam (*Inner Code Mixing*)

Campur kode ke dalam (*inner code mixing*) merupakan jenis campur kode yang melibatkan bahasa asli dengan variasi atau bahasa daerah yang masih berada dalam lingkungan kebahasaan yang sama, misalnya bahasa Indonesia dengan bahasa Batak, Minang, Jawa, atau bahasa daerah lainnya (Suwandi dalam Kartolo et al., 2022). Dalam penelitian ini, campur kode ke dalam ditemukan sebanyak 4 data (4,76%) dari total keseluruhan data.

Data (5) :

"Wahana-wahana ekstrim agak **pundung** dikit."

Kata *pundung* dalam tuturan di atas merupakan kosakata yang berasal dari bahasa Sunda, yang berarti merajuk atau ngambek. Kata ini disisipkan ke dalam kalimat berbahasa Indonesia, sehingga memenuhi kriteria campur kode ke dalam karena melibatkan bahasa daerah yang masih berada dalam lingkungan kebahasaan yang serumpun dengan bahasa Indonesia.

Data (6) :

"...tapi **mah** pengen ini **mah** udah ada airnya."

Partikel *mah* dalam tuturan ini merupakan penanda percakapan khas bahasa Sunda yang berfungsi sebagai penegas atau penguat makna tertentu dalam kalimat. Penggunaan *mah* secara berulang dalam satu tuturan menunjukkan adanya pengaruh bahasa daerah yang cukup kuat dalam gaya bertutur penutur. Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun konteks komunikasinya adalah media digital modern, penutur tetap membawa serta identitas kultural kedaerahannya ke dalam tuturan.

Data (7) :

"Kan dia konsultan juga enggak gua konsultan bukan ramal. Cenayang yang benar aja **ente**."

Kata *ente* dalam tuturan di atas merupakan bentuk sapaan dalam bahasa Arab yang telah terserap ke dalam bahasa Betawi dan Melayu Jakarta, yang berarti kamu atau engkau. Dalam konteks sosiolinguistik, kata *ente* lazim digunakan dalam percakapan informal masyarakat Jakarta dan sekitarnya, sehingga penyisipan kata ini ke dalam tuturan berbahasa Indonesia tergolong sebagai campur kode ke dalam.

Data (8) :

"Iya gua tuh kan parah ya kayak misalkan nih kena matahari dikit atau kena apa dikit **ketoel** gitu merah."

Kata *ketoel* dalam tuturan di atas merupakan kata dari bahasa Sunda yang berarti tersentuh atau tercolek sedikit. Penyisipan kata bahasa daerah ini ke dalam tuturan berbahasa Indonesia juga termasuk dalam kategori campur kode ke dalam, karena melibatkan dua bahasa yang masih berada dalam lingkungan kebahasaan yang sama, yakni rumpun bahasa-bahasa di wilayah Nusantara.

3. Campur Kode Campuran (*Hybrid Code Mixing*)

Campur kode campuran (*hybrid code mixing*) merupakan jenis campur kode yang memadukan unsur bahasa daerah dan bahasa asing dalam satu klausa atau kalimat (Suwandi dalam Kartolo et al., 2022). Dalam penelitian ini, campur kode campuran merupakan jenis yang paling sedikit ditemukan, yakni sebanyak 2 data (2,38%). Meskipun jumlahnya sangat terbatas, keberadaan campur kode campuran menegaskan kompleksitas penggunaan bahasa yang terjadi dalam percakapan podcast ini.

Data (9) :

"**Sunscreen** jangan sampai **kagak**."

Tuturan ini memadukan dua unsur dari dua bahasa yang berbeda yaitu kata *sunscreen* yang berasal dari bahasa Inggris (bahasa asing) dan kata *kagak* yang merupakan kosakata khas bahasa Betawi (bahasa daerah) yang berarti “tidak: atau “jangan sampai tidak”. Dalam satu kalimat yang singkat tersebut, penutur menggabungkan dua kode yang secara linguistik berasal dari rumpun yang berbeda sama sekali, yakni bahasa Inggris dan bahasa Betawi (bahasa daerah Nusantara). Perpaduan ini secara tepat memenuhi definisi campur kode campuran menurut Suwandi.

Data (10) :

"Wahana-wahana *extreme* agak *pundung* dikit."

Tuturan ini memadukan kata *extreme* dari bahasa Inggris dengan kata *pundung* dari bahasa Sunda dalam satu kalimat berbahasa Indonesia. Penyisipan dua unsur kebahasaan yang berbeda rumpun secara bersamaan dalam satu klausa inilah yang menjadi penanda utama campur kode campuran. Menariknya, data ini sekaligus menampilkan kekayaan repertoire linguistik penutur yang mampu secara simultan memanfaatkan tiga sistem bahasa dalam satu tuturan: bahasa Indonesia (sebagai bahasa dasar), bahasa Inggris (sebagai bahasa asing), dan bahasa Sunda (sebagai bahasa daerah).

PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan utama penelitian ini memperlihatkan bahwa fenomena campur kode hadir secara masif dan beragam dalam tuturan para pembicara *podcast The Catch Up Club* Episode 13 di kanal YouTube. Dari keseluruhan 84 data yang teridentifikasi, campur kode ke luar (*outer code mixing*) menduduki posisi dominan dengan 78 data atau 92,86% dari total keseluruhan, yang seluruhnya berwujud penyisipan unsur bahasa Inggris ke dalam tuturan berbahasa Indonesia. Dominasi yang sangat signifikan ini menunjukkan bahwa bahasa Inggris telah menjadi bahasa sisipan utama yang mewarnai pola komunikasi dalam media *podcast* berbahasa Indonesia sekaligus menjadi unsur campur kode yang paling dominan muncul dalam *podcast* tersebut.. Sebaliknya, campur kode campuran (*hybrid code mixing*) merupakan kategori yang paling sedikit ditemukan, hanya 2 data atau 2,38%, yang mengindikasikan bahwa kehadiran simultan unsur bahasa asing dan bahasa daerah dalam satu tuturan merupakan fenomena yang relatif jarang namun tetap eksis dalam percakapan natural. Campur kode ke dalam (*inner code mixing*) berada di posisi kedua dengan 4 data atau 4,76%, yang menampilkan penyisipan kosakata dan partikel dari bahasa Sunda dan dialek Betawi.

Temuan penelitian ini selaras dengan fenomena penggunaan bahasa yang berkembang di platform digital dan media *podcast* di Indonesia. Dalam ekosistem komunikasi digital, khususnya yang menasar generasi muda sebagai segmen audiens utama, penggunaan bahasa Inggris secara berselang-seling dengan bahasa Indonesia merupakan hal yang sangat lazim dan bahkan telah menjadi penanda identitas sosial tertentu. *Podcast* sebagai media percakapan yang bersifat informal, komunikatif, dan berbasis kepribadian pembicara (*personality-driven*) memberikan ruang yang sangat luas bagi penutur untuk mengekspresikan diri secara natural tanpa tekanan normatif bahasa yang ketat. Kondisi inilah yang mendorong munculnya campur kode secara spontan dan intens dalam tuturan-tuturan para pembicara *The Catch Up Club*.

Kecenderungan penggunaan bahasa Inggris yang sangat tinggi tercermin dari dominasi campur kode ke luar sebesar 92,86% tidak dapat dilepaskan dari karakteristik topik yang dibahas dalam episode ini. Topik-topik seperti kebugaran (*strength training, pilates, crossfit, bootcamp, deadlift, step box*), perawatan kulit (*skincare, sunscreen, eyeliner, blush on*), dan aktivitas gaya hidup merupakan ranah yang istilah-istilah teknisnya sangat didominasi oleh kosakata bahasa Inggris. Penggunaan bahasa Inggris dalam konteks ini sebagian besar bersifat fungsional-

terminologis, artinya penutur menggunakannya karena tidak tersedia padanan yang sepadan dan lazim dalam bahasa Indonesia, bukan semata-mata karena alasan gengsi sosial.

Hasil penelitian ini memiliki kesejalaran yang signifikan dengan beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji fenomena campur kode dalam konteks media digital. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Charlina et al. (2022) dalam kajian campur kode pada program *Game Show TWK Season 2* di kanal YouTube Narasi menemukan bahwa campur kode ke luar lebih dominan dengan 137 data dari 154 total data yang ditemukan, dibandingkan campur kode ke dalam yang hanya berjumlah 17 data. Persamaan yang sangat nyata antara penelitian Charlina et al. (2022) dengan penelitian ini adalah dominasi absolut campur kode ke luar yang melibatkan bahasa Inggris sebagai bahasa sisipan utama. Perbedaannya terletak pada objek kajian: Charlina et al. mengkaji program *game show* yang memiliki struktur percakapan yang lebih terkontrol, sementara penelitian ini mengkaji *podcast* yang bersifat lebih spontan dan tidak terstruktur, sehingga peluang kemunculan campur kode secara natural lebih tinggi.

Kedua, Utomo et al. (2024) dalam penelitian terhadap *podcast* Dedy Corbuzier bersama Jerome Polin menemukan 18 data campur kode dari total 33 tuturan yang teridentifikasi. Campur kode dominan dalam penelitian tersebut adalah *outer code mixing* berupa penyisipan unsur bahasa Inggris, dengan satu temuan *inner code mixing* berupa kata bahasa Jawa. Pola temuan ini paralel dengan penelitian ini yang juga menunjukkan dominasi *outer code mixing* jauh melampaui *inner code mixing*. Namun, perbedaan signifikan terletak pada proporsi data: penelitian Utomo et al. hanya menemukan 18 data campur kode dari sebuah percakapan antara dua orang, sementara penelitian ini menemukan 84 data dari satu episode *podcast*, yang menunjukkan bahwa *The Catch Up Club* memiliki densitas campur kode yang lebih tinggi, kemungkinan besar karena melibatkan lebih banyak pembicara dan topik yang lebih beragam.

Ketiga, Tahir et al. (2026) dalam penelitian terhadap media sosial X menemukan 61 data campur kode yang didominasi oleh penyisipan kata dan frasa bahasa Inggris. Temuan ini sejalan dengan penelitian ini dalam hal dominasi *outer code mixing*, namun terdapat perbedaan mendasar pada medium kajian: Tahir et al. mengkaji bahasa tulis di media sosial X yang cenderung lebih padat dan terencana, sedangkan penelitian ini mengkaji bahasa lisan dalam *podcast* yang bersifat spontan. Kondisi ini menunjukkan bahwa terlepas dari perbedaan medium (lisan vs. tulis), dominasi bahasa Inggris sebagai bahasa sisipan dalam komunikasi digital masyarakat Indonesia merupakan fenomena yang konsisten dan lintas media.

Keempat, Noviana et al. (2025) dalam penelitian terhadap *podcast* Login Habib Jafar dan Onad menemukan 37 dialog campur kode yang didominasi campur kode eksternal (32 kasus) dengan melibatkan bahasa Inggris dan Arab, sedangkan campur kode internal ditemukan sebanyak 5 dialog yang mencampurkan bahasa Indonesia dengan bahasa Betawi, Jawa, dan Maluku. Jika dibandingkan dengan penelitian ini, terdapat persamaan dalam hal dominasi campur kode eksternal/ke luar, namun perbedaannya terletak pada keberagaman bahasa asing yang menjadi sumber campur kode: penelitian Noviana et al. menemukan bahasa Arab sebagai salah satu sumber campur kode—kemungkinan terkait dengan identitas keagamaan salah satu pembicara, yakni Habib Jafar—sementara penelitian ini hanya menemukan bahasa Inggris sebagai sumber campur kode ke luar. Hal ini mengkonfirmasi bahwa identitas sosial dan konteks topik pembicaraan sangat berpengaruh terhadap pilihan bahasa yang disisipkan dalam tuturan.

Dominasi campur kode ke luar dalam *podcast* The Catch Up Club dapat dijelaskan melalui beberapa faktor yang saling berkaitan. Pertama, faktor bilingualisme yang dimiliki para penutur. Para pembicara dalam *podcast* ini adalah individu-individu yang tumbuh dalam lingkungan urban Indonesia yang sejak dini telah terpapar pada dua bahasa sekaligus, yakni

bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, melalui pendidikan formal, media massa, hiburan internasional, dan teknologi digital. Kondisi bilingualisme ini menciptakan situasi di mana kedua bahasa tersebut hadir secara bersamaan dalam repertoire linguistik penutur, sehingga peralihan dan percampuran kode menjadi sesuatu yang terjadi secara alami dan tanpa disadari.

Kedua, perkembangan media digital telah memberikan kontribusi besar terhadap meluasnya penggunaan bahasa Inggris dalam percakapan sehari-hari masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Spotify mengekspos penggunaannya secara intensif terhadap konten berbahasa Inggris, yang secara bertahap memengaruhi pilihan kosakata dan ekspresi yang mereka gunakan dalam percakapan informal. Dalam konteks podcast, medium ini sendiri merupakan format media yang berasal dari dunia berbahasa Inggris, sehingga terminologi yang melekat padanya seperti podcast itu sendiri, streaming, subscribe, dan lainnya secara inheren berbahasa Inggris.

Ketiga, identitas sosial generasi muda memainkan peranan penting dalam mendorong penggunaan campur kode ke luar. Penggunaan bahasa Inggris dalam percakapan tidak sekadar berfungsi sebagai sarana komunikasi semata, tetapi juga sebagai penanda identitas, yaitu identitas sebagai individu yang modern, terdidik, kosmopolitan, dan melek dunia global. Dalam podcast *The Catch Up Club* yang menarget segmen pendengar usia muda yang urban dan terpelajar, penggunaan kosakata bahasa Inggris menjadi salah satu cara penutur untuk menempatkan diri mereka dalam kategori sosial tertentu dan membangun koneksi dengan audiens yang memiliki latar belakang serupa.

Keempat, pengaruh globalisasi telah mengakibatkan semakin banyaknya bidang-bidang kehidupan yang terminologi teknisnya didominasi oleh bahasa Inggris. Bidang kebugaran, perawatan kulit, dan gaya hidup yang menjadi topik utama dalam episode yang diteliti merupakan domain yang perkembangan wacananya sangat dipengaruhi oleh konteks global berbahasa Inggris. Istilah-istilah seperti *strength training*, *pilates*, *circuit training*, *bootcamp*, *deadlift*, *skincare*, *sunscreen*, *eyeliner*, dan *blush on* merupakan terminologi yang berasal dari konteks global dan belum sepenuhnya memiliki padanan dalam bahasa Indonesia yang digunakan secara luas. Kondisi ini mendorong penutur untuk menggunakan istilah berbahasa Inggris tersebut bukan semata-mata karena pilihan stilistik, melainkan juga karena kebutuhan leksikal yang genuine.

Untuk memperkuat argumentasi di atas, berikut disajikan analisis mendalam terhadap beberapa contoh tuturan pilihan dari data penelitian.

Contoh pertama adalah tuturan:

"*Intinya harus **balance** aja sih menurut gue.*"

Kata *balance* dalam tuturan ini merupakan kata sifat dalam bahasa Inggris yang dimaknai sebagai seimbang. Menariknya, padanan bahasa Indonesia untuk kata ini, yaitu seimbang atau keseimbangan, sudah tersedia dan lazim digunakan. Namun demikian, penutur memilih menggunakan kata *balance* yang memiliki nuansa makna yang lebih luas dan kaya, mencakup keseimbangan fisik, emosional, dan gaya hidup sekaligus. Pilihan ini mencerminkan bahwa penggunaan bahasa Inggris dalam podcast tidak selalu didorong oleh ketiadaan padanan dalam bahasa Indonesia, melainkan juga oleh pertimbangan stilistik dan nuansa makna. Fenomena ini selaras dengan pandangan Tsani & Musthafa (2024) bahwa campur kode digunakan untuk memperkaya ekspresi bahasa dan menegaskan pesan tertentu.

Contoh kedua adalah tuturan:

"*Gue kayaknya lebih cocok sama yang lebih **slow burn** gue bisa.*"

Frasa *slow burn* dalam tuturan ini merupakan idiom bahasa Inggris yang berarti sesuatu yang berkembang secara lambat tetapi konsisten. Penyisipan frasa ini ke dalam tuturan berbahasa

Indonesia merupakan contoh klasik campur kode ke luar di mana bahasa Inggris digunakan untuk mengekspresikan konsep yang tidak memiliki padanan idiomatik yang setara dalam bahasa Indonesia. Hal ini mengonfirmasi salah satu fungsi utama campur kode sebagaimana dikemukakan oleh Nurpadillah (2023), yakni sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan komunikasi sekaligus sebagai ekspresi gaya dan identitas sosial.

Contoh ketiga adalah tuturan yang memperlihatkan campur kode campuran:

"Sunscreen jangan sampai kagak."

Tuturan singkat ini memadukan kata *sunscreen* (bahasa Inggris) dengan kata *kagak* (bahasa Betawi) dalam satu kalimat berbahasa Indonesia. Keunikan tuturan ini terletak pada kemampuan penutur untuk secara simultan mengakses tiga sistem bahasa berbeda dalam satu klausa yang sangat padat. Dari perspektif teori Suwandi, tuturan ini merupakan realisasi paling kompleks dari fenomena campur kode, karena secara bersamaan melibatkan bahasa asing (Inggris) dan bahasa daerah (Betawi) dalam satu tuturan. Kehadiran campur kode campuran, meskipun jumlahnya sangat sedikit dalam corpus ini, membuktikan bahwa repertoire linguistik para penutur podcast The Catch Up Club sangatlah kaya dan kompleks, sekaligus mencerminkan latar belakang urban multikultural para pembicaranya.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan penelitian ini menegaskan bahwa podcast The Catch Up Club merupakan arena linguistik yang dinamis dan kompleks, di mana campur kode terutama campur kode ke luar yang melibatkan bahasa Inggris menjadi fitur komunikatif yang tidak terpisahkan. Fenomena ini bukan sekadar gejala ketidakmampuan berbahasa, melainkan merupakan strategi komunikasi yang disadari, yang berfungsi untuk mempertegas identitas sosial, memenuhi kebutuhan leksikal, dan menciptakan koneksi dengan audiens yang memiliki orientasi budaya global.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mendeskripsikan dan menganalisis jenis-jenis campur kode dalam podcast *The Catch Up Club* Episode 13 "*Salam Bugar*" di kanal YouTube berdasarkan kerangka teori sociolinguistik. Hasil analisis isi menunjukkan adanya 84 data tuturan campur kode yang didominasi secara absolut oleh campur kode ke luar (*outer code mixing*) sebanyak 78 data (92,86%), disusul oleh campur kode ke dalam (*inner code mixing*) sebanyak 4 data (4,76%), dan campur kode campuran (*hybrid code mixing*) sebanyak 2 data (2,38%). Dominasi pencampuran kode eksternal dalam bentuk penyisipan bahasa Inggris menunjukkan hubungan erat antara topik percakapan (kebugaran dan gaya hidup) dan karakteristik latar belakang bilingual perkotaan para penutur. Temuan ini secara langsung menjawab tujuan penelitian mengenai kecenderungan penggunaan bahasa, di mana pencampuran kode bukan hanya kegagalan linguistik, melainkan strategi komunikasi yang disadari untuk memenuhi kebutuhan leksikal, membangun estetika percakapan informal, dan sekaligus menegaskan identitas sosial kosmopolitan generasi muda di media digital.

Sebagai bagian dari perkembangan ilmiah, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis yang signifikan bagi studi sociolinguistik, khususnya dalam memetakan dinamika dan kompleksitas *repertoire* bahasa masyarakat multilingual di era ekosistem digital. Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena subjek amatan yang relatif terbatas, yakni hanya berfokus pada satu episode podcast tertentu (*Episode 13*). Oleh karena itu, para peneliti di masa mendatang yang tertarik pada bidang studi serupa disarankan untuk memperluas cakupan dan tujuan penelitian mereka, seperti menganalisis semua episode dalam satu musim atau membandingkan data dengan platform media digital lainnya. Langkah ini sangat penting untuk

mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif, umum, dan representatif tentang pola pencampuran kode dalam perkembangan bahasa lisan kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzam, M., Kurnia, I., Yuwana, A. D., & Nugroho, B. A. (2024). Alih Kode dan Campur Kode dalam Novel “Galaksi Kejora” Karya Poppi Pertiwi. *Jurnal Basataka*, 7(2), 488–493. <https://doi.org/https://doi.org/10.36277/basataka.v7i2.459>
- Anggini, N., Afifah, N. Y., & Syaputra, E. (2022). Pengaruh Bahasa Gaul (Slang) Terhadap Bahasa Indonesia Pada Generasi Muda. *Jurnal Multiidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 143–148.
- Asdah, A. N., & Safitri, N. A. S. (2025). Praktik Campur Kode dalam Interaksi Digital Mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia di Media Sosial: Kajian Sociolinguistik. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 5(2), 906–918.
- Cahya, F., Fadia, L., & Febriana, I. (2023). Analisis Campur Kode ke Luar (Outer Code Mixing) pada Lagu " Hari Bahagia " Ciptaan Atta Halilintar. *Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(1), 23–31. <https://doi.org/10.47709/jbsi.v3i1.2246>
- Chaer, A., & Agustina, L. (2014). *Sociolinguistik : Perkenalan Awal*. Rineka Cipta.
- Charlina, Nabila, Oktanur, O. D., Sari, T. Y., & Zaini, N. (2022). Analysis of Code-Mixing and Code-Switching of Twk Season 2 Game Show of Naration Youtube Account. *Geram*, 10(2), 71–77. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/geram.2022.vol10\(2\).11150](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/geram.2022.vol10(2).11150)
- Kartolo, R., Nurestetis, E., & Sutikno. (2022). *Alih Kode dan Campur Kode dalam Bahasa Indonesia*. CV. AA. RIZKY.
- Niam, M. F., Rumahlewang, E., Umiyati, H., Dewi, N. P. S., Atiningsih, S., Haryati, T., Magfiroh, I. S., Anggraini, R. I., Mamengko, R. P., Fathin, S., Mola, M. S. R., Syaifudin, A. A., & Wajdi., F. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif*. Widina Media Utama.
- Noviana, Kasau, M. N. R., Kamal, & Kasman, N. (2025). Analisis Alih Kode dan Campur Kode pada Podcast Login Habib Jafar dan Onad di Media Sosial Youtube. *Klitika: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7(1), 8–18.
- Nurpadillah, V. (2023). *Buku Ajar Sociolinguistik : Pemilihan Kode Tutur*. Zenius Publisher.
- Pratama, B. I., Illahi, A. K., Pratama, M. R., Anggraini, C., & Ari, D. P. S. (2021). *Metode Analisis isi (Metode Penelitian Populer Ilmu-Ilmu Sosial)*. Unisma Press.
- 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*, 1(2), 77–84.
- Setiaji, A. B., & Mursalin, E. (2023). Variasi Alih Kode dan Campur Kode dalam Tuturan Masyarakat Multilingual di Kabupaten Pangkep (Kajian Sociolinguistik). *Jurnal Lingue*, 5(1), 12–27.
- Susyulowati, E., Zakiyah, F., Sandy, D. K., & Cicilia, V. D. (2024). *Sociolinguistik : Teori dan Aplikasi*. Underline.
- Tahir, W., Muhlis, Anies, S. H., Samad, A. G., & Nurcaya. (2026). Campur Kode Pengguna Media Sosial X dalam Akun Tanyarlfe: Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Cakrawala Indonesia*, 11(1), 12–25.
- Tsani, N. M., & Musthafa, I. (2024). Campur Kode Bahasa Indonesia-Inggris Pada Akun Media Sosial Tiktok @ Mrs . Corbuizer (Kajian Sociolinguistik). *Rayah Al-Islam*, 8(3), 1466–1476.

- Umifa, B. A. D., Indarti, T., & Raharjo, R. P. (2022). Alih Kode dan Campur Kode dalam Video YouTube Maudy Ayunda. *Jurnal Komunitas Bahasa*, 10(2), 49–57.
- Utomo, A. F., Dinayati, S. F., Yovilandis, L., Purnomo, E., Prayitno, H. J., Duerawee, A., & Sya'adah, H. (2024). Alih Kode dan Campur Kode dalam Podcast Dedy Corbuzier bersama Jerome Polin pada Media Sosial Youtube. *Jurnal Keilmuan Dan Keislaman*, 3(3), 270–288. <https://doi.org/10.23917/jkk.v3i3.401>
- Widiastuti, F. D., & Fauziya, D. S. (2024). Pemanfaatan Media Audio Visual Youtube Untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Berita Pada Pembelajaran Indonesia. *JPBB: Jurnal Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 3(3), 27–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jpbb.v3i3.3784>
- Wirawan, S., & Shaunaa, R. (2021). Analisis Penggunaan Campur Kode dan Alih Kode dalam Video Akun YouTube Londokampung. *Jurnal Budaya FIB UB*, 2(1), 17–22.