

ALIH KODE DALAM SIARAN LANGSUNG TIKTOK OLEH KREATOR KONTEN INDONESIA: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

Hariyati¹, Rozita Elinda²

¹Institut Pendidikan Nusantara Global, Lombok, Indonesia

² Institut Pendidikan Nusantara Global, Lombok, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 20 Agustus 2025
Perbaikan 01 September 2025
Disetujui 05 September 2025

Kata kunci:

Alih Kode,
TikTok Live,
Sosiolinguistik.

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam penggunaan bahasa pada ruang digital. Salah satu platform yang menunjukkan dinamika kebahasaan yang kompleks adalah TikTok, khususnya melalui fitur siaran langsung (live streaming) yang memungkinkan interaksi spontan antara kreator konten dan audiens. Dalam situasi komunikasi tersebut, penggunaan lebih dari satu bahasa sering kali memunculkan fenomena alih kode sebagai strategi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk alih kode yang digunakan oleh kreator konten Indonesia dalam siaran langsung TikTok, menjelaskan fungsi penggunaan alih kode, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya alih kode selama interaksi berlangsung. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan perspektif sosiolinguistik. Data berupa tuturan kreator konten yang diperoleh melalui teknik simak, rekam, transkripsi, dan pencatatan terhadap beberapa siaran langsung TikTok. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk alih kode yang dominan meliputi alih kode intern dan alih kode ekstern, yang diwujudkan melalui alih kode antarkalimat, intrakalimat, serta penyisipan ungkapan tertentu. Penggunaan alih kode berfungsi untuk membangun kedekatan dengan audiens, memperjelas informasi, meningkatkan daya tarik komunikasi, menyesuaikan diri dengan karakter penonton, serta membangun identitas sebagai kreator konten digital. Faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya alih kode meliputi kemampuan dwibahasa penutur, karakteristik audiens, topik pembicaraan, tren penggunaan bahasa di media sosial, dan tujuan komunikatif kreator. Temuan penelitian menunjukkan bahwa alih kode dalam siaran langsung TikTok tidak hanya merupakan gejala linguistik, tetapi juga menjadi strategi sosial yang memperkuat efektivitas komunikasi digital.

© 2023 MEMACE

*Surat elektronik penulis: ezlindaezlinda@gmail.com

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sarana utama yang digunakan manusia dalam membangun interaksi sosial, menyampaikan gagasan, serta membentuk identitas individu maupun kelompok. Dalam kehidupan masyarakat modern, penggunaan bahasa tidak lagi terbatas pada komunikasi tatap muka, tetapi telah berkembang ke berbagai ruang digital yang memungkinkan interaksi berlangsung secara cepat, luas, dan lintas wilayah. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menghadirkan media sosial sebagai ruang sosial baru yang memperlihatkan dinamika penggunaan bahasa yang semakin kompleks. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa bahasa senantiasa mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan masyarakat, budaya, dan teknologi.

Media sosial menjadi salah satu ruang komunikasi yang memperlihatkan berbagai variasi penggunaan bahasa. Kehadiran platform digital seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan Facebook memungkinkan penutur menggunakan lebih dari satu bahasa dalam satu peristiwa tutur. Interaksi yang terjadi pada media sosial bersifat spontan, komunikatif, dan dipengaruhi oleh karakteristik audiens yang beragam. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai gejala kebahasaan, seperti variasi bahasa, campur kode, alih kode, interferensi, hingga pembentukan kosakata baru. Dalam perspektif sosiolinguistik, fenomena tersebut merupakan konsekuensi dari hubungan yang erat antara bahasa dan masyarakat (Chaer & Agustina, 2014).

Salah satu platform media sosial yang mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok. Awalnya TikTok dikenal sebagai media berbagi video pendek, namun kini platform tersebut berkembang menjadi ruang komunikasi

interaktif melalui fitur **TikTok Live**. Fitur ini memungkinkan kreator konten berkomunikasi secara langsung dengan ribuan penonton melalui percakapan real-time. Berbeda dengan video yang telah melalui proses penyuntingan, komunikasi dalam siaran langsung berlangsung secara spontan sehingga pilihan bahasa yang digunakan penutur lebih alami. Situasi tersebut menjadikan TikTok Live sebagai objek yang menarik untuk dikaji dalam penelitian sosiolinguistik karena memperlihatkan penggunaan bahasa sebagaimana terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam praktiknya, kreator konten Indonesia tidak hanya menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama, tetapi juga memanfaatkan bahasa daerah maupun bahasa asing, khususnya bahasa Inggris. Penggunaan beberapa bahasa tersebut sering kali muncul secara bergantian sesuai dengan topik pembicaraan, karakteristik audiens, maupun tujuan komunikasi. Seorang kreator, misalnya, dapat memulai percakapan menggunakan bahasa Indonesia, kemudian beralih ke bahasa Inggris ketika membahas istilah teknologi, memberikan sapaan kepada pengikut dari luar negeri, atau menggunakan ungkapan tertentu yang telah populer di media sosial. Di sisi lain, penggunaan bahasa daerah juga kerap muncul sebagai bentuk kedekatan dengan penonton yang berasal dari wilayah tertentu. Perpindahan penggunaan bahasa tersebut merupakan salah satu bentuk alih kode yang banyak ditemukan dalam komunikasi digital.

Alih kode merupakan fenomena linguistik yang terjadi ketika penutur beralih dari satu bahasa atau ragam bahasa ke bahasa atau ragam bahasa lain dalam suatu situasi komunikasi. Menurut Gumperz (1982), alih kode bukan sekadar pergantian bahasa, melainkan strategi komunikasi yang memiliki fungsi sosial

tertentu. Pergantian bahasa dapat digunakan untuk menyesuaikan diri dengan lawan tutur, memperjelas informasi, membangun solidaritas, maupun menunjukkan identitas sosial. Dengan demikian, alih kode tidak hanya dipahami sebagai gejala kebahasaan, tetapi juga sebagai bentuk pilihan bahasa yang dipengaruhi oleh konteks sosial.

Dalam kajian sosiolinguistik, pilihan bahasa berkaitan erat dengan kondisi masyarakat multilingual. Holmes (2013) menjelaskan bahwa masyarakat yang menguasai lebih dari satu bahasa cenderung memilih bahasa tertentu sesuai dengan situasi komunikasi yang dihadapi. Pilihan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti hubungan antarpemuter, topik pembicaraan, tempat berlangsungnya komunikasi, tujuan komunikasi, serta identitas sosial yang ingin ditampilkan. Oleh karena itu, penggunaan alih kode dalam media sosial dapat dipandang sebagai bentuk adaptasi pemuter terhadap lingkungan komunikasi digital yang dinamis.

Fenomena alih kode juga berkaitan dengan konsep bilingualisme. Romaine (1995) menjelaskan bahwa individu bilingual memiliki kemampuan menggunakan dua bahasa atau lebih sesuai dengan kebutuhan komunikasi. Dalam konteks media sosial, kemampuan tersebut memungkinkan kreator konten mengombinasikan bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris maupun bahasa daerah untuk meningkatkan efektivitas komunikasi. Penggunaan bahasa Inggris sering dikaitkan dengan istilah teknologi, hiburan, dan budaya populer, sedangkan bahasa daerah digunakan untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens. Keberagaman penggunaan bahasa tersebut menunjukkan bahwa alih kode menjadi bagian dari strategi komunikasi kreator dalam membangun interaksi dengan pengikutnya.

Dari sisi bentuk, Poplack (1980) mengklasifikasikan alih kode menjadi tiga

kategori, yaitu **intersentential switching**, **intrasentential switching**, dan **tag switching**. Alih kode antarkalimat terjadi ketika perpindahan bahasa dilakukan setelah satu kalimat selesai diucapkan. Alih kode intrakalimat terjadi ketika unsur bahasa lain disisipkan dalam satu kalimat yang sama. Sementara itu, *tag switching* berupa penyisipan ungkapan singkat atau penanda wacana dari bahasa lain, seperti *guys*, *okay*, *well*, atau *thank you*. Ketiga bentuk tersebut banyak ditemukan dalam komunikasi media sosial karena sifatnya yang spontan dan tidak terikat oleh kaidah kebahasaan yang baku.

Selain bentuknya, alih kode juga memiliki fungsi komunikatif. Holmes (2013) menjelaskan bahwa penggunaan alih kode dapat berfungsi untuk menegaskan informasi, menunjukkan kedekatan sosial, mengubah suasana percakapan, menciptakan humor, maupun memperlihatkan identitas kelompok. Dalam konteks TikTok Live, fungsi-fungsi tersebut terlihat ketika kreator menggunakan bahasa tertentu untuk menyapa pengikut, menjawab komentar, memberikan penjelasan, atau membangun citra sebagai kreator yang komunikatif dan modern. Oleh karena itu, analisis terhadap fungsi alih kode menjadi penting untuk memahami alasan di balik pilihan bahasa yang dilakukan oleh kreator konten.

Penelitian mengenai alih kode di media digital sebenarnya telah banyak dilakukan. Sebagian besar penelitian berfokus pada penggunaan alih kode dalam video YouTube, unggahan Instagram, podcast, maupun percakapan di aplikasi perpesanan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa alih kode dipengaruhi oleh kemampuan bilingual pemuter, karakteristik lawan tutur, topik pembicaraan, dan tujuan komunikasi. Namun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji penggunaan alih kode dalam **siaran langsung TikTok** masih relatif terbatas.

Padahal, komunikasi dalam siaran langsung memiliki karakteristik yang berbeda dengan video yang telah diedit karena berlangsung secara spontan dan melibatkan interaksi dua arah secara langsung antara kreator dan audiens.

Keterbatasan penelitian terdahulu menunjukkan adanya ruang penelitian yang masih dapat dikembangkan. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya mendeskripsikan bentuk alih kode tanpa mengaitkannya secara mendalam dengan fungsi sosial dan faktor-faktor yang melatarbelakanginya dalam konteks komunikasi digital. Selain itu, perubahan karakteristik media sosial yang semakin interaktif menuntut adanya kajian yang mampu menjelaskan hubungan antara pilihan bahasa dan strategi komunikasi kreator konten. Oleh sebab itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bentuk, fungsi, dan faktor penyebab alih kode dalam siaran langsung TikTok melalui perspektif sosiolinguistik.

Penelitian ini memiliki nilai kebaruan pada objek kajian yang berfokus pada interaksi spontan dalam siaran langsung TikTok oleh kreator konten Indonesia. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak mengkaji video yang telah diproduksi dan disunting, penelitian ini menganalisis tuturan yang muncul secara alami selama proses komunikasi berlangsung. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik alih kode dalam komunikasi digital kontemporer.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk **(1)** mendeskripsikan bentuk-bentuk alih kode yang digunakan oleh kreator konten Indonesia dalam siaran langsung TikTok, **(2)** menjelaskan fungsi penggunaan alih kode dalam interaksi dengan audiens, dan **(3)** mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya alih kode selama siaran

langsung berlangsung. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian sosiolinguistik, khususnya mengenai fenomena pilihan bahasa pada media sosial, sekaligus menjadi referensi bagi penelitian lanjutan yang mengkaji dinamika bahasa dalam komunikasi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif** dengan metode **deskriptif** untuk mendeskripsikan fenomena alih kode dalam siaran langsung TikTok oleh kreator konten Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap penggunaan bahasa berdasarkan konteks sosial dan situasi komunikasi yang berlangsung secara alami (Sugiyono, 2023).

Data penelitian berupa tuturan kreator konten Indonesia yang diperoleh dari beberapa siaran langsung TikTok yang menampilkan penggunaan bahasa Indonesia disertai alih kode ke bahasa Inggris atau bahasa daerah. Data dikumpulkan menggunakan metode simak dengan teknik rekam, transkripsi, dan catat. Seluruh tuturan yang mengandung alih kode kemudian diklasifikasikan berdasarkan bentuk, fungsi, dan faktor penyebabnya.

Instrumen utama penelitian adalah peneliti yang dibantu dengan lembar klasifikasi data untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk alih kode sesuai tujuan penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan simpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi teori dengan membandingkan hasil analisis berdasarkan konsep alih kode dari Gumperz (1982), Poplack (1980), Holmes (2013), serta Chaer dan Agustina (2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis tuturan yang mengandung alih kode dalam siaran langsung TikTok oleh lima kreator konten Indonesia dengan tema edukasi, gaya hidup, teknologi, dan hiburan. Berdasarkan hasil observasi dan transkripsi, diperoleh **32 tuturan** yang mengandung alih kode. Data tersebut kemudian diklasifikasikan berdasarkan bentuk alih kode, fungsi penggunaan, dan faktor penyebabnya.

Tabel 1. Bentuk Alih Kode dalam Siaran Langsung TikTok

No.	Bentuk Alih Kode	Jumlah Data	Persentase
1	Alih kode intern	11	34,4%
2	Alih kode ekstern	21	65,6%
Jumlah		32	100%

Hasil penelitian menunjukkan bahwa **alih kode ekstern** merupakan bentuk yang paling dominan dengan 21 data (65,6%). Bentuk ini umumnya terjadi ketika kreator beralih dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris. Sementara itu, **alih kode intern** ditemukan sebanyak 11 data (34,4%), yaitu perpindahan dari bahasa Indonesia ke bahasa daerah, seperti bahasa Jawa atau bahasa Sunda.

Tabel 2. Fungsi Alih Kode

No.	Fungsi	Jumlah Data
1	Menarik perhatian audiens	8
2	Memperjelas informasi	7
3	Membangun kedekatan	6

No.	Fungsi	Jumlah Data
4	Menunjukkan identitas kreator	5
5	Menyesuaikan topik pembicaraan	6
Jumlah		32

Berdasarkan tabel tersebut, fungsi yang paling banyak ditemukan adalah **menarik perhatian audiens**, sedangkan fungsi lainnya muncul sesuai dengan konteks komunikasi selama siaran langsung berlangsung.

Pembahasan

A. Bentuk Alih Kode

1. Alih Kode Ekstern

Alih kode ekstern merupakan perpindahan penggunaan bahasa Indonesia ke bahasa asing, terutama bahasa Inggris. Bentuk ini paling banyak ditemukan selama proses penelitian karena sebagian besar kreator menggunakan istilah bahasa Inggris ketika menjelaskan produk, teknologi, permainan daring, maupun istilah yang telah populer di media sosial.

Data 1

"Teman-teman, **next question**, nanti aku jawab satu-satu ya."

Tuturan tersebut menunjukkan adanya perpindahan dari bahasa Indonesia menuju bahasa Inggris melalui frasa *next question*. Pergantian bahasa dilakukan tanpa mengubah topik pembicaraan sehingga termasuk alih kode ekstern.

Menurut Poplack (1980), bentuk tersebut termasuk **tag switching** karena hanya menyisipkan ungkapan pendek dari bahasa lain tanpa mengubah struktur kalimat utama. Penggunaan frasa tersebut juga menunjukkan pengaruh bahasa Inggris sebagai bahasa yang dianggap umum dalam komunikasi digital.

Selain itu, penggunaan frasa *next question* memperlihatkan upaya kreator membangun citra sebagai penutur yang akrab dengan budaya media sosial global. Fenomena ini mendukung pendapat Holmes (2013) bahwa pilihan bahasa dipengaruhi oleh identitas sosial yang ingin ditampilkan penutur.

Data 2

"Kalau koneksi kalian **lag**, coba refresh dulu." Kata *lag* digunakan untuk menggantikan istilah "lambat" atau "terlambat merespons". Dalam konteks ini, kreator memilih istilah bahasa Inggris karena lebih lazim digunakan dalam komunitas digital.

Menurut Gumperz (1982), alih kode semacam ini terjadi karena penutur menyesuaikan pilihan bahasa dengan konteks komunikasi dan pengetahuan bersama antara penutur dan lawan tutur. Penggunaan istilah *lag* membuat pesan lebih mudah dipahami oleh audiens yang terbiasa dengan istilah teknologi. Temuan ini juga menunjukkan bahwa bahasa Inggris berfungsi sebagai bahasa prestise dalam komunikasi digital, terutama ketika membahas teknologi dan permainan daring.

Data 3

"Oke guys, sekarang kita lanjut ke materi berikutnya."

Ungkapan *guys* digunakan sebagai sapaan kepada penonton.

Menurut Poplack (1980), bentuk tersebut termasuk **tag switching** karena hanya berupa penyisipan kata sapaan. Penggunaan kata *guys* tidak mengubah struktur kalimat, tetapi memberikan nuansa komunikasi yang lebih santai dan akrab.

Holmes (2013) menjelaskan bahwa pilihan bahasa sering digunakan untuk membangun solidaritas sosial. Dalam konteks TikTok Live, penggunaan kata *guys*

menunjukkan upaya kreator menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan audiens.

B. Alih Kode Intern

Alih kode intern merupakan perpindahan dari bahasa Indonesia ke bahasa daerah. Meskipun jumlahnya lebih sedikit dibandingkan alih kode ekstern, bentuk ini tetap memiliki fungsi sosial yang kuat.

Data 4

"Sebentar ya, **monggo** yang baru masuk langsung tulis pertanyaannya."

Kata *monggo* berasal dari bahasa Jawa yang berarti "silakan".

Penggunaan kata tersebut dilakukan untuk memberikan kesan ramah kepada penonton. Menurut Chaer dan Agustina (2014), penggunaan bahasa daerah dalam situasi tertentu dapat memperkuat hubungan sosial antara penutur dan mitra tutur yang memiliki latar budaya yang sama.

Selain itu, penggunaan bahasa daerah juga menunjukkan identitas lokal kreator sehingga komunikasi terasa lebih personal.

C. Fungsi Alih Kode

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan alih kode tidak dilakukan secara acak, melainkan memiliki fungsi tertentu.

1. Menarik Perhatian Audiens

Penggunaan istilah seperti *guys*, *welcome back*, *let's go*, atau *ready?* membuat interaksi menjadi lebih hidup.

Dalam komunikasi digital, ungkapan tersebut telah menjadi bagian dari budaya media sosial sehingga mudah dikenali oleh pengguna TikTok. Oleh karena itu, kreator memanfaatkannya sebagai strategi untuk meningkatkan perhatian audiens.

2. Memperjelas Informasi

Pada beberapa situasi, kreator menggunakan istilah bahasa Inggris karena

istilah tersebut lebih populer dibandingkan padanannya dalam bahasa Indonesia.

Sebagai contoh:

"Kalau sudah selesai tinggal **submit** tugasnya." Kata *submit* dianggap lebih praktis dibandingkan frasa "mengirimkan". Hal ini menunjukkan bahwa alih kode dapat meningkatkan efisiensi komunikasi.

3. Menunjukkan Identitas Kreator

Sebagian kreator secara konsisten menggunakan istilah bahasa Inggris sebagai ciri khas komunikasi mereka.

Pilihan bahasa tersebut menjadi bagian dari personal branding sehingga membedakan mereka dari kreator lain. Dengan demikian, alih kode tidak hanya memiliki fungsi linguistik, tetapi juga berperan dalam pembentukan identitas sosial di ruang digital.

D. Faktor Penyebab Alih Kode

Berdasarkan hasil analisis, terdapat lima faktor utama yang menyebabkan terjadinya alih kode.

1. Kemampuan bilingual kreator.
2. Keberagaman latar belakang audiens.
3. Topik pembicaraan.
4. Pengaruh budaya digital.
5. Strategi meningkatkan keterlibatan (*engagement*) penonton.

Kelima faktor tersebut saling berkaitan sehingga menciptakan pola penggunaan bahasa yang dinamis selama siaran langsung berlangsung.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena alih kode merupakan salah satu karakteristik penggunaan bahasa dalam siaran langsung TikTok oleh kreator konten Indonesia. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan dua bentuk utama alih kode, yaitu **alih kode intern**

dan **alih kode ekstern**, dengan dominasi alih kode ekstern dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris. Bentuk alih kode tersebut diwujudkan melalui alih kode antarkalimat (*intersentential switching*), intrakalimat (*intrasentential switching*), dan penyisipan ungkapan atau sapaan (*tag switching*). Dominasi penggunaan bahasa Inggris menunjukkan bahwa bahasa tersebut telah menjadi bagian dari praktik komunikasi digital yang digunakan untuk mendukung kelancaran interaksi antara kreator dan audiens.

Penggunaan alih kode dalam siaran langsung TikTok tidak hanya berfungsi sebagai variasi bahasa, tetapi juga sebagai strategi komunikasi. Alih kode dimanfaatkan untuk menarik perhatian penonton, memperjelas penyampaian informasi, membangun kedekatan dengan audiens, menampilkan identitas kreator, serta menyesuaikan penggunaan bahasa dengan topik pembicaraan dan karakteristik penonton. Temuan ini menegaskan bahwa pilihan bahasa dalam komunikasi digital dipengaruhi oleh tujuan komunikatif penutur dan konteks interaksi yang berlangsung secara spontan.

Faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya alih kode meliputi kemampuan dwibahasa kreator, keberagaman latar belakang audiens, topik pembicaraan, pengaruh budaya digital, serta strategi kreator dalam meningkatkan keterlibatan (*engagement*) penonton. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan dan membentuk pola penggunaan bahasa yang dinamis selama siaran langsung berlangsung. Dengan demikian, alih kode dalam TikTok Live tidak dapat dipandang sebagai penyimpangan berbahasa, melainkan sebagai bentuk adaptasi linguistik terhadap kebutuhan komunikasi di ruang digital.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian sosiolinguistik, khususnya mengenai fenomena pilihan bahasa pada media sosial yang bersifat interaktif. Hasil

penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji penggunaan bahasa dalam berbagai platform digital dengan cakupan data, jenis kreator, atau pendekatan analisis yang lebih luas. Penelitian mendatang juga dapat mengombinasikan kajian sosiolinguistik dengan analisis pragmatik, analisis wacana, atau etnografi komunikasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika bahasa dalam ekosistem media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, A., & Agustina, L. (2014). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal* (Edisi revisi). Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Gumperz, J. J. (1982). *Discourse strategies*. Cambridge University Press.
- Holmes, J. (2013). *An introduction to sociolinguistics* (4th ed.). Routledge.
- Hoffmann, C. (1991). *An introduction to bilingualism*. Longman.
- Labov, W. (1972). *Sociolinguistic patterns*. University of Pennsylvania Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Poplack, S. (1980). Sometimes I'll start a sentence in Spanish y termino en español: Toward a typology of code-switching. *Linguistics*, 18(7–8), 581–618.
- Romaine, S. (1995). *Bilingualism* (2nd ed.). Blackwell Publishers.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Suwito. (1985). *Sosiolinguistik: Pengantar awal*. Henary Offset.
- Wardhaugh, R., & Fuller, J. M. (2014). *An introduction to sociolinguistics* (7th ed.). Wiley-Blackwell.
- Wijana, I. D. P., & Rohmadi, M. (2013). *Sosiolinguistik: Kajian teori dan analisis*. Pustaka Pelajar.
- Yule, G. (2020). *The study of language* (7th ed.). Cambridge University Press.
- Zaim, M. (2014). *Metode penelitian bahasa: Pendekatan struktural*. FBS UNP Press.