

**ANALISIS PENGGUNAAN CAMPUR KODE PADA
UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @inul.d**

TUGAS AKHIR

Oleh:

NURLAILI RAHMAINI
2103110022

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Audio Visual**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : Nurlaili Rahmaini
NPM : 2103110022
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : 28 Agustus 2025
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos, MAP (.....)

PENGUJI II : H. Tenerman, S.Sos, M.I.Kom (.....)

PENGUJI III : Assoc. Prof. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr. Arifin Saleh., S.Sos., MSP

Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

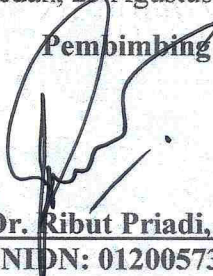
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap : Nurlaili Rahmaini
NPM : 2103110022
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Penggunaan Campur Kode Pada Unggahan Akun Instagram @inul.d

Medan, 23 Agustus 2025

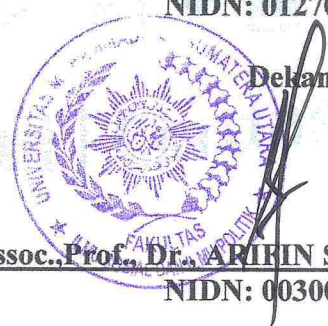
Pembimbing


Assoc. Prof. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0120057303

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Dekan


Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Nurlaili Rahmaini**, NPM 2103110022, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 30 September 2025

Yang Menyatakan,



Nurlaili Rahmaini

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat, kasih sayang, dan kemudahan-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul: **“Analisis Penggunaan Campur Kode Pada Unggahan Akun Instagram @inul.d”** sebagai bagian dari pemenuhan syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, tugas akhir ini hadir melalui proses yang panjang, penuh tantangan, dan tentunya dibantu oleh banyak pihak yang memiliki andil besar di dalamnya.

Di kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan berupa ucapan terima kasih yang tulus kepada kedua orang tua tercinta, yaitu Ayah **M. Syahir** dan Mama **Nurmilia Br. Sitorus** yang doa, kasih sayang, dan pengorbanannya tiada pernah berhenti mengalir. Terima kasih atas setiap tetes keringat yang tak terhitung jumlahnya, atas setiap doa yang terucap dengan sungguh, serta setiap nasihat dan kesabaran yang Ayah dan Mama berikan menjadi kekuatan bagi penulis untuk tetap berjuang di tengah tantangan. Karya ini penulis persembahkan sebagai wujud penghargaan atas segala kebaikan yang tak terhitung nilainya, semoga dapat menjadi kebanggaan sederhana bagi Ayah dan Mama.

Terima kasih juga turut penulis haturkan kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik mungkin, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian, serta telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran. Terima kasih atas segala bentuk bimbingan, arahan, dan masukan yang telah di berikan sangat membantu penulis dalam memperbaiki kualitas tulisan ini.

8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.
9. Bapak dan Ibu Staff Biro dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Seluruh keluarga besar penulis, terimakasih atas doa serta dukungan yang telah diberikan.
11. Nur Aprilia Siregar, S. Bns dan Nadya Sufta A. F., S.Tr. Kes selaku teman dari MTS hingga MA, terimakasih atas doa dan dukungan yang tidak sedikit datang dari kalian, baik berupa kata-kata sederhana di pesan singkat, serta voice note yang penuh motivasi.
12. Teman seperjuangan yang tidak hanya sebagai pengisi ruang tawa, Wan Bintang S. N dan Rani, terimakasih atas setiap dukungan, bantuan, dan doa yang selalu diberikan. Diskusi-diskusi ringan yang kadang berujung debat kecil, karena pembahasan yang beberapa kali berbeda pemikiran, padahal isi pembahasan nya pun kita sama-sama baru akan menjalani.
13. Seluruh orang-orang yang telah memberikan doa baiknya kepada penulis, terimakasih, semoga doa baik yang kalian haturkan, berbalik pula kepada kalian.
14. Terakhir, NURLAILI RAHMAINI, yaaa! diri penulis sendiri. Apresiasi sebesar-sebesar karena telah bertanggung jawab dan terus bangkit untuk menuntaskan segala yang telah di mulai. Terimakasih karena sudah berjuang sampai dengan sejauh ini, serta senantiasa menikmati setiap

proses yang terbilang tidak mudah. Terimakasih karena tetap berjalan di jalan Allah di tengah-tengah kenikmatan yang dunia tawarkan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan, baik dari segi isi maupun teknik penyajian. Namun demikian, penulis telah berupaya semaksimal mungkin untuk menghadirkan sebuah karya ilmiah yang layak secara akademis dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat membantu untuk menyempurnakan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis memohon agar segala kebaikan dan bantuan dari berbagai pihak selama proses ini mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Semoga hasil kecil ini menjadi pijakan awal bagi karya-karya berikutnya yang lebih matang dan bermakna.

Medan, 23 Agustus 2025
Penulis

NURLAILI RAHMAINI

ANALISIS PENGGUNAAN CAMPUR KODE PADA UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @inul.d

NURLAILI RAHMAINI
2103110022

ABSTRAK

Fenomena penggunaan campur kode dalam unggahan akun Instagram @inul.d milik penyanyi dangdut terkenal Inul Daratista menunjukkan praktik kebahasaan yang menarik untuk dikaji, karena tidak hanya mencerminkan dinamika bahasa, tetapi juga strategi komunikasi serta pembentukan citra diri di ruang digital. Inul kerap memadukan bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa, Arab, dan Inggris pada setiap caption unggahannya. Praktik ini penting diteliti karena berhubungan dengan representasi identitas budaya, religiusitas, serta strategi personal branding yang dapat memengaruhi jutaan pengikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tujuan penggunaan campur kode pada unggahan akun Instagram @inul.d dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis isi kualitatif melalui tahapan pengumpulan, identifikasi bentuk, serta interpretasi makna campur kode. Hasil penelitian terhadap 18 unggahan pada Mei 2025 menunjukkan tiga bentuk campur kode, yaitu campur kode ke dalam (Jawa), campur kode ke luar (Arab dan Inggris), serta campur kode campuran, dengan dominasi pada bentuk campuran sebesar 61%. Temuan ini memperlihatkan tiga tujuan utama penggunaan campur kode, yaitu memperjelas pesan, menciptakan keakraban, dan membangun identitas multikultural. Selain itu, penggunaan campur kode juga terbukti meningkatkan interaksi audiens serta memperkuat personal branding Inul sebagai sosok religius, modern, dan dekat dengan budaya lokal. Dengan demikian, campur kode di media sosial berfungsi tidak hanya sebagai fenomena linguistik, tetapi juga sebagai strategi komunikasi dan representasi identitas di era globalisasi.

Kata Kunci: Komunikasi Budaya, Campur Kode, Instagram, Inul Daratista

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Pembatasan Masalah.....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS.....	7
2.1. Komunikasi Antar Budaya.....	7
2.2. Campur kode.....	9
2.3. Bahasa.....	14
2.4. Media Sosial.....	16
2.5. Instagram.....	17
2.6. Inul Daratista.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Jenis Penelitian.....	19
3.2. Kerangka Konsep.....	19

3.3. Definisi Konsep.....	20
3.4. Kategorisasi Penelitian.....	22
3.5. Unit Analisis	22
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.7. Teknik Analisis Data.....	24
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1. Hasil Penelitian.....	25
4.2. Pembahasan.....	42
BAB V PENUTUP.....	45
5.1. Simpulan	45
5.2. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kategorisasi Penelitian.....	22
Tabel 4.1. Hasil Penelitian.....	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Kerangka Konsep.....	20
----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di zaman digital sekarang, platform media sosial telah menjadi arena penting bagi tokoh publi untuk mengembangkan citra mereka, berinteraksi dengan penggemar, dan menyampaikan berbagai pesan, baik yang bersifat pribadi maupun profesional. Salah satu sosok yang aktif dan konsisten dalam memanfaatkan media sosial adalah Inul Daratista, seorang penyanyi dangdut terkenal di Indonesia yang juga dikenal sebagai selebriti, pengusaha, dan simbol hiburan tanah air. Hingga pertengahan tahun 2025, akun Instagram pribadinya, @inul.d, telah mengumpulkan 20,5 juta pengikut, dan memuat 15,2 ribu postingan yang mencakup aspek kehidupan pribadi, karier, serta aktivitas bisnisnya. Keterlibataannya yang tinggi di media sosial, ditambah statusnya sebagai figur publik, menjadikan akun ini sebagai salah satu saluran komunikasi publik yang berpengaruh di kalangan masyarakat.

Kerertarikan peneliti untuk menjadikan akun @inul.d sebagai objek kajian berasal dari karena karakteristik khusus dalam penggunaan bahasa yang terlihat dalam unggahan Inul, terutama pada bagian caption. Inul sering menggabungkan bahasa Indonesia dengan bahasa asing seperti Inggris dan Arab, serta bahasa daerah seperti Jawa dalam satu unggahan. Ungkapan seperti “thank you”, dan kata-kata seperti “iso”, “Alhamdulillah”, serta “suarane” menjadi contoh jelas dari praktik bahasa campuran dalam interaksi digitalnya. Sebagai sosok figur dengan jutaan pengikut, cara berbahasa Inul jelas memiliki potensi untuk memengaruhi

para pengikutnya, baik dalam gaya berbicara maupun persepsi terhadap penggunaan bahasa.

Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut karena secara linguistik dapat menimbulkan kekhawatiran terhadap kemurnian bahasa Indonesia, sekaligus menunjukkan bagaimana identitas budaya, agama, dan global dihadirkan dalam ruang digital oleh seorang selebriti. Namun, di lain sisi, praktik ini juga dipandang sebagai bentuk alami dari evolusi bahasa, di mana berbagai bahasa saling berinteraksi dan memperkaya satu sama lain. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengkajian fenomena campur kode dalam postingan akun Instagram @inul.d sebagai bagian dari dinamika bahasa dan komunikasi publik di media sosial.

Campur kode adalah penggunaan dua bahasa atau lebih dalam satu pernyataan, yaitu ketika penutur menyisipkan bahasa daerah atau bahasa asing ke dalam pembicaraan bahasa utama. Penggunaan campur kode mencerminkan dinamika bahasa yang terjadi dalam interaksi sehari-hari, terutama di media sosial yang bersifat terbuka dan multikultural. Pada dasarnya, bahasa merupakan simbol yang digunakan manusia untuk menggambarkan realitas empiris. Bahasa dengan jelas mencerminkan karakteristik dan intelektualitas manusia. Melalui bahasa, baik secara lisan maupun tulisan, seseorang dapat menyampaikan ide dan gagasan kepada orang lain.

Pencampuran bahasa telah menjadi strategi komunikasi umum di kalangan pengguna media sosial di Indonesia yang pada dasarnya merupakan masyarakat multibahasa. Dalam konteks media sosial, campur kode bukan hanya sekadar

fenomena linguistik, tetapi juga mencerminkan strategi komunikasi, representasi identitas, dan adaptasi budaya dalam ranah digital. Dengan demikian, campur kode sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari praktik komunikasi di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai fenomena campur kode yang terjadi dalam komunikasi yang berlangsung di media sosial, dengan mengkaji caption yang terdapat pada unggahan akun Instagram tersebut.

Dengan penelitian ini diharapkan tidak hanya mencatat fenomena yang ada, tetapi juga bisa memahami strategi dan makna antar budaya di balik caption sehari-hari dari seorang selebritis terkenal. Ini menjadi pondasi yang kuat bagi studi akademis yang tidak hanya sahih dan relevan, tapi juga kaya pemikiran kritis. Relevansi penelitian ini terletak pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran campur kode dalam dunia media sosial, serta pengaruhnya terhadap identitas publik Inul Daratista. Penelitian ini juga sangat berarti, terutama dalam memahami cara campur kode beroperasi di ruang digital yang kaya akan dimensi identitas dan strategi komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pada bidang linguistik dan komunikasi, terutama terkait penggunaan bahasa pada platform digital di Indonesia. Dengan cara ini, penelitian ini tidak hanya menekankan pada aspek linguistik, tetapi juga pada interaksi sosial dan budaya yang terjalin di balik setiap unggahan, memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai dinamika bahasa di era media sosial.

1.2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang saya uraikan, maka adanya batasan masalah sebagai berikut adalah “Penelitian ini hanya berfokus pada unggahan akun Instagram @inul.d dalam kurun waktu bulan Mei 2025, terbatas pada unggahan-unggahan yang mengandung campur kode.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah apa tujuan penggunaan campur kode yang terdapat dalam unggahan akun Instagram @inul.d?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tujuan penggunaan campur kode pada unggahan akun Instagram @inul.d

1.4.2. Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang kajian bahasa, komunikasi digital, dan media sosial. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat untuk menambah wawasan bagi akademisi dan pembaca mengenai dinamika bahasa dalam konteks interaksi sosial di media sosial.

b. Manfaat Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswa, dosen, maupun peneliti yang tertarik pada isu komunikasi media sosial, representasi diri selebritas, dan dinamika bahasa di ruang digital.

c. Manfaat Praktis

Dalam tataran praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan dan panduan bagi praktisi media sosial, content creator, serta pengelola akun figur publik dalam merancang pesan yang efektif dan relevan bagi audiens multikultural. Dengan memahami bagaimana campur kode digunakan untuk membangun kedekatan, identitas, dan citra digital, para pelaku komunikasi dapat mengoptimalkan strategi berbahasa mereka secara lebih sadar dan terarah. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji isu serupa dengan objek atau perspektif yang berbeda.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi gambaran umum untuk memberikan tentang arah penelitian yang dilakukan, meliputi: Latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: URAIAN TEORITIS

Pada bab ini berisi tentang uraian uraian teoritis yang terkait dalam penelitian yang diteliti, seperti komunikasi antar budaya, campur kode, bahasa, media sosial, instagram, dan Inul daratista

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian, mulai dari jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, unit analisis, teknik pengumpulan data. teknik analisis data, serta lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil dan pembahasan dari penelitian

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang menguraikan simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antar budaya merujuk pada interaksi antara individu-individu yang memiliki pandangan dan symbol budaya yang cukup berbeda sehingga dapat mempengaruhi proses komunikasi (Samovar dkk, 2017). Secara umum, istilah komunikasi lintas budaya sering dipakai untuk menngambarkan arti dari komunikasi antar budaya, yang tidak terbatas oleh faktor geogafis, ras dan etnis (Hariyanto dan Dharma, 2020). Dalam konteks media sosial seperti Instagram, komunikasi antar budaya terjadi ketika seorang publik figur seperti Inul Daratista berinteraksi dengan pengikut yang beragam dalam hal bahasa dan budaya.

2.1.1. Unsur-Unsur Komunikasi Antar Budaya

Berikut beberapa unsur pada komunikasi antar budaya :

a. Bahasa sebagai Alat Utama

Bahasa adalah media komunikasi utama. Dalam konteks antar budaya, bahasa tidak hanya merupakan sarana komunikasi, tetapi juga pembawa hal-hal penting secara budaya. Dalam media sosial, fenomena campur kode (code mixing) merupakan salah satu strategi komunikasi antar budaya di mana individu menggabungkan dua atau lebih sistem bahasa sebagai bentuk adaptasi, gaya, ataupun penegasan identitas. Misal pada akun @inul.d: Inul kerap memadukan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris seperti “Diva muda dangdutan, thank you sayang”. Ini

menampilkan bagaimana bahasa berperan sebagai alat persahabatan sekaligus adaptasi budaya di media sosial.

b. Identitas Budaya

Identitas bukan suatu hal statis tapi dinamis yang berubah berdasarkan pengalaman hidup manusia (Suryandari, 2019). Identitas budaya adalah jati diri khusus yang unik untuk budaya, yang memungkinkannya untuk membedakan antara budaya dan budaya lainnya. Dalam komunikasi antar budaya, identitas budaya sering dinegosiasikan secara dinamis, terutama di area digital seperti Instagram. Misal pada akun @inul.d: Sebagai artis dangdut, Inul mengangkat identitas budaya lokal Indonesia (misalnya dengan penggunaan bahasa daerah, yaitu bahasa jawa).

c. Representasi Diri di Ruang Publik Digital

Di era digital, individu membangun representasi diri di ruang publik digital. Representasi diri ini adalah bentuk komunikasi budaya, karena setiap pilihan representasi mencerminkan lingkungan budaya individu. Cara berpakaian, berbicara, pilihan dan caption yang ditulis termasuk ke dalam representasi diri. Di media sosial, ini adalah bagian penting dari manajemen citra, baik dalam branding pribadi, kebutuhan komersial, dan dalam kaitannya dengan audiens. Misal pada akun @inul.d: Dengan Inul memposting aktivitas keluarga, bisnis karaoke, penampilan panggung, hingga kebersahajaan sehari-hari sebagai bentuk representasi identitas multi peran: artis, istri, ibu, pengusaha, dan public figure.

2.1.2. Hubungan Campur Kode dengan Komunikasi Antar Budaya

a. Campur Kode sebagai Strategi Komunikasi Antar Budaya

Dalam konteks komunikasi antar budaya, campur kode merupakan salah satu strategi adaptif yang digunakan. Strategi ini membantu menyesuaikan diri dengan audiens multicultural, mempermudah transfer makna dan membangun keakraban sosial dengan berbagai kelompok budaya di media sosial Insragram.

b. Campur Kode Mencerminkan Adaptasi Budaya Tidak Langsung di Media Sosial

Menurut Martin dan Nakayama (2003: 277) dalam (Sumaryanto dan Ibrahim, 2023) adaptasi budaya adalah proses jangka panjang menyesuaikan diri dan akhirnya merasa nyaman dengan lingkungan yang baru. Penggunaan campur kode di media sosial adalah bentuk adaptasi budaya tidak langsung, yang berarti bahwa penutur tidak selalu sadar, tetapi merupakan bagian dari kebiasaan komunikasi modern. Dengan campur kode, individu berupaya mengurangi jarak budaya, mempermudah penerimaan berita dari audiens lintas budaya, dan menciptakan identitas hibrida digital (kombinasi budaya lokal dan global).

2.2. Campur Kode (Code Mixing)

Campur kode merujuk pada praktik penggunaan unsur bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain dalam rangka memperluas gaya atau ragam bahasa yang digunakan. Menurut (Muysken, 2000) dalam (Setiadi, 2017) mengungkapkan bahwa istilah campur kode mengacu pada semua kasus di mana unsur leksikal dan

fitur gramatikal dari dua bahasa muncul dalam satu kalimat. Hampir semua komunikasi yang berlangsung saat ini menggunakan campur kode. Misalnya saja terjadi campur kode dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa daerah, atau bahkan bahasa Indonesia dan bahasa asing seperti bahasa Inggris.

2.2.1. Bentuk Campur Kode

Menurut (Muysken, 2000) bentuk campur kode dikategorikan menjadi penyisipan, pergantian, dan leksikalisasi kongruen.

a. Insertion (penyisipan)

Ketika sebuah kata atau frasa singkat dari bahasa lain dimasukkan ke dalam kalimat bahasa utama tanpa mengubah aturan tata bahasa yang berlaku pada bahasa tersebut, itu ialah penyisipan. Dalam hal ini, bahasa utama tetap mengatur susunan kalimat, sedangkan bahasa lain hanya menambah kata untuk melengkapi atau memperjelas makna. Fenomena ini biasanya muncul karena penutur membutuhkan istilah yang dianggap lebih tepat, modern, atau populer, serta dapat menunjukkan kemampuan berbahasa lebih dari satu bahasa yang dimiliki penutur.

b. Alternation (alternasi/pergantian)

Perpindahan bahasa pada level klausa artinya seseorang mengganti bahasa yang dipakai pada satu bagian kalimat yang sudah lengkap, lalu melanjutkan bagian berikutnya dengan bahasa lain. Dalam hal ini, batas pergantian bahasa biasanya jelas dan berada di antara dua unit bahasa yang lengkap secara struktur, sehingga setiap bagian tetap mengikuti aturan tata bahasa masing-masing bahasa. Pergantian seperti ini umumnya dilakukan

untuk menyesuaikan topik, menegaskan makna, atau menyesuaikan diri dengan lawan bicara yang memahami bahasa tersebut.

c. Congruent lexicalization (integrasi struktural/congruent)

Jika dua bahasa punya aturan susunan kata yang mirip, maka kata dari kedua bahasa itu bisa dipakai bergantian dalam satu kalimat tanpa melanggar tata bahasa. Hasilnya, kalimat terdengar menyatu dan sulit dibedakan bahasa mana yang menjadi bahasa utamanya.

2.2.2. Jenis Campur Kode

Menurut Suandi (2014: 140) dalam (Maarif dan Saddhon, 2023) campur kode dapat dibagi menjadi tiga jenis berdasarkan asal unsur serapannya, yaitu:

- a. Campur kode ke luar (*outer code mixing*) yaitu antara bahasa sumber dengan bahasa sasaran tidak mempunyai hubungan kekerabatan (Cahya, 2023).
- b. Campur kode ke dalam (*inner code mixing*) adalah semacam campuran kode yang menyerap elemen bahasa asli yang masih sekerabat (Agustina, 2020)
- c. Campur kode campuran (*hybrid code mixing*) yaitu perpaduan antara unsur bahasa asing dan daerah ke dalam pemakaian bahasa Indonesia (SUMARIANI, n.d.)

2.2.3. Tujuan Campur Kode

Penggunaan campur kode sering dilakukan agar pesan tersampaikan lebih jelas misalnya, saat istilah asing dianggap lebih presisi atau umum (Ezeh et al., 2022). Campur kode sering digunakan bukan hanya untuk alasan teknis atau

keterbatasan kosakata, tetapi juga sebagai strategi komunikasi untuk menciptakan suasana santai dalam pembicaraan (Manshur & Zahro, 2020). Ketika penutur menyelipkan kata atau frasa dari bahasa lain, terutama yang populer di media sosial atau percakapan sehari-hari, interaksi dapat terasa lebih akrab dan tidak terlalu formal.

2.2.4. Fungsi Campur Kode

Fungsi campur kode yaitu untuk menunjukkan identitas diri, menegaskan maksud tertentu, dan penghormatan terhadap mitra tutur, (FIRMANSYAH, 2016).

a. Menunjukkan identitas diri

Campur kode sering digunakan untuk mempertegas identitas sosial, budaya, atau profesional penuturnya. Misalnya, selebritas atau public figure yang memiliki pengalaman internasional cenderung mencampurkan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris dalam unggahan media sosial mereka. Hal ini menjadi penanda bahwa mereka memiliki latar pendidikan, lingkungan, atau komunitas yang mendukung penggunaan bahasa tersebut.

b. Menegaskan maksud tertentu

Campur kode juga berfungsi untuk menegaskan atau memperkuat pesan yang ingin disampaikan, baik dalam konteks formal maupun santai. Penggunaan bahasa asing atau bahasa daerah tertentu dapat memberi efek penekanan, membuat pesan lebih “berbunyi” atau lebih mengena.

c. Penghormatan terhadap Mitra Tutur

Dalam situasi komunikasi, campur kode digunakan untuk menunjukkan rasa hormat kepada lawan bicara atau audiens. Hal ini biasanya terjadi

ketika lawan bicara berasal dari latar belakang bahasa yang berbeda, atau ketika ada kata/ungkapan yang secara kultural lebih pantas diucapkan dalam bahasa tertentu.

2.2.5. Faktor Penyebab Campur Kode

Suwito (1985: 72) dalam (Manshur & Zahro, 2020) mengatakan terjadinya campur kode karena beberapa faktor berikut, yaitu:

a. Faktor Komunikator

Seorang komunikator yang berasal dari latar belakang bahasa Jawa, contohnya, akan menunjukkan sikap positif terhadap bahasa tersebut dan memiliki tingkat kesetiaan yang tinggi terhadap bahasa Jawa. Awalnya penutur memakai bahasa Indonesia dalam situasi formal, namun karena kesadarannya pasti akan muncul campuran kode saat berbicara. Artinya, penutur bahasa Indonesia tersebut akan berbicara dalam bahasa lain dengan rekan bicara yang memiliki latar belakang bahasa yang serupa. Masyarakat yang bilingual atau multilingual dapat menerapkan campur kode sesuai dengan lawan bicara, apabila rekan bicara tersebut memahami sisipan-sisipan dalam sebuah tuturan, maka penggunaan campur kode tidak akan menjadi kendala dalam berkomunikasi

b. Rekan Bicara

Seorang penutur dapat bercampur kode beberapa kali untuk mengimbangi bahasa yang digunakan lawan tutur. Pada awalnya penutur menggunakan satu bahasa, lalu dapat melakukan campur kode menggunakan bahasa

yang lain dengan mitra tutur yang memiliki latar belakang daerah sama baik secara individu maupun kelompok.

c. Strategi Gaya Bahasa di Media Sosial

Campur kode menjadi bagian dari gaya berbahasa yang kekinian, santai, gaul, dan khas anak media sosial. Bahasa di media sosial tidak formal; penggunaan campur kode seringkali untuk menampilkan keakraban dan mengikuti tren digital.

2.2.6. Campur kode Dalam Perspektif Budaya

Campur kode bukan hanya fenomena linguistik ia juga praktik budaya. Ini cara orang menunjukkan identitas, kelompok yang diikuti, tingkat sosial, serta nilai-nilai budaya saat berinteraksi. Dari sudut pandang budaya, menggunakan campur kode membantu menjaga unsur-unsur budaya seperti kata-kata khusus dan istilah tradisional dalam percakapan sehari-hari. Di platform digital seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, campur kode sering digunakan secara strategis untuk membangun identitas merek, menarik kalangan audiens tertentu, atau meningkatkan reputasi selebritas atau creator. Cara ini menjadi bagian dari ekonomi simbolik, yaitu nilai sosial dan komersial yang muncul dari cara berbicara atau menulis. Penelitian terkini tentang konten populer menunjukkan bahwa penggunaan campur kode bisa mempererat hubungan antara influencer dan pengikut sekaligus membentuk citra budaya tertentu (Nazri & Kassim, 2023).

2.3. Bahasa

Bahasa merupakan sistem komunikasi dinamis yang kompleks digunakan oleh manusia untuk menyampaikan pikiran, emosi, dan informasi melalui simbol

(kata, tanda, bunyi, dll.). Bahasa memungkinkan orang untuk berinteraksi, bertukar pengetahuan, dan membangun budaya. Bahasa adalah sarana komunikasi antara anggota masyarakat ketika mengkomunikasikan ide dan emosi secara lisan atau tertulis (Martaulina, 2018, P.9). Bahasa sebagai alat untuk interaksi antara orang-orang di masyarakat. Bahasa bukan individu yang hanya bisa dipahami dan digunakan oleh pembicara (Suleman & Islamiyah, 2018).

2.3.1. Fungsi Bahasa

Setiap negara memiliki bahasa sendiri dan dapat digunakan sebagai komunikasi dan interaksi antara masyarakat lokal maupun global. Berikut beberapa fungsi bahasa:

a. Komunikasi (transfer informasi)

Bahasa bertindak sebagai media pertukaran informasi tertulis dan simbolis antara individu atau kelompok. Tanpa bahasa, penyesuaian sosial akan hancur. Bahasa harus jelas dan kontekstual untuk memastikan bahwa informasi ditransmisikan secara akurat

b. Ekspresi diri (emosi/ide ekspresif)

Bahasa ini memungkinkan orang untuk mengekspresikan emosi, pendapat, atau ide subyektif mereka. Fitur ini penting untuk kesehatan mental dan kreativitas.

c. Sosialisasi (membangun hubungan sosial)

Bahasa digunakan untuk menentukan obligasi, mengkonfirmasi identitas kelompok dan mematuhi norma sosial. Bahasa mencerminkan hierarki

sosial (misalnya, secara resmi informal). Kesalahan berbahasa dapat menyebabkan konflik (misalnya, penucapan yang salah).

d. Alat berfikir (proses kognitif)

Bahasa membantu orang memecahkan masalah mereka. Orang-orang dengan kemampuan berbahasa terbatas mungkin mengalami kesulitan berpikir secara kreatif.

e. Pelestarian Budaya (sejarah/tradisi)

Bahasa menjadi forum yang mewarisi pengetahuan, nilai-nilai, dan tradisi lintas generasi. Berbagai bahasa menyebabkan hilangnya pengetahuan lokal.

2.4. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa bergabung, membagikan, dan buat konten dari blog dan jaringan sosial, wiki, forum, dunia virtual. Blog, jejaring sosial, wiki ialah bentuk media sosial yang paling umum yang digunakan masyarakat terus menerus (Rafiq, 2020). Media sosial telah menjadi sistem komunikasi online yang digemari dan luas di mana pengguna dapat berbagi komentar, pendapat, serta perasaan. Banyak ulasan online pengguna media sosial yang aktif setiap hari (Santoso & Hasibuan, 2023).

2.4.1. Karakteristik Media Sosial

Media sosial adalah salah satu platform CyberMedia, sehingga karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dari Cybermedia. Menurut (Ginting dkk, 2021, P.22) berikut beberapa karakteristik media sosial, yaitu:

a. Jaringan (*network*)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan komputer ke perangkat keras lain.

b. Informasi (*informations*)

Pengguna media sosial adalah unit utama media sosial karena mereka membuat representasi identitas, membuat konten dan berinteraksi dengan harapan.

c. Arsip (*archieve*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

d. Interaksi (*interactivity*)

Media sosial tidak hanya memperluas proporsi persahabatan dan pengikut, tetapi juga membentuk jaringan antara pengguna lain yang juga memperluas interaksi antara pengguna ini.

e. Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Media sosial yang memiliki karakter sebagai media untuk komunitas yang sedang berlangsung di dunia virtual.

f. Konten oleh Pengguna (*user-generated content*)

Pada media sosial, konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi atau pemilik akun.

2.5. Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video dan berinteraksi dengan pengikut mereka melalui

komentar dan pesan. Instagram dengan segala keunikan tersendiri menjadi sangat populer di kalangan pengguna internet. Bila dahulu kita melihat orang bersusah payah mengikuti ajang pencarian bakat untuk menjadi terkenal dengan segala potensi yang mereka miliki. Saat ini orang-orang memiliki alternatif lain untuk menjadi terkenal, salah satunya melalui instagram (Harahap dkk, 2021).

Dengan fitur-fitur seperti cerita dan komentar, Instagram juga menawarkan peluang kreatif untuk berbagi momen sehari-hari dan konten yang menarik. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto atau video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial (Rosyidah & Nurwati, 2019).

2.6. Inul Daratista

Ainur Rokhimah atau yang lebih dikenal dengan Inul Daratista lahir pada 21 Januari 1979, adalah seorang penyanyi dangdut terkenal. Inul memulai karirnya sebagai penyanyi dangdut di berbagai tempat hiburan. Ia dikenal luas setelah tampil di acara televisi dan mengeluarkan lagu-lagu populer, seperti “Goyang Inul”. Inul dikenal dengan gaya dangdut yang energik dan khas. Inul juga sering menggabungkan elemen modern dalam penampilannya, yang membuatnya berbeda dari penyanyi dangdut lainnya. Inul pernah menjadi sorotan karena gaya penampilannya yang kontroversional, terutama gerakan goyang ngebornya yang dianggap terlalu vulgar oleh beberapa pihak. Meskipun demikian Inul berhasil mempertahankan popularitasnya dan menjadi ikon dalam music dangdut.

BAB III

METODE PENELITIAN

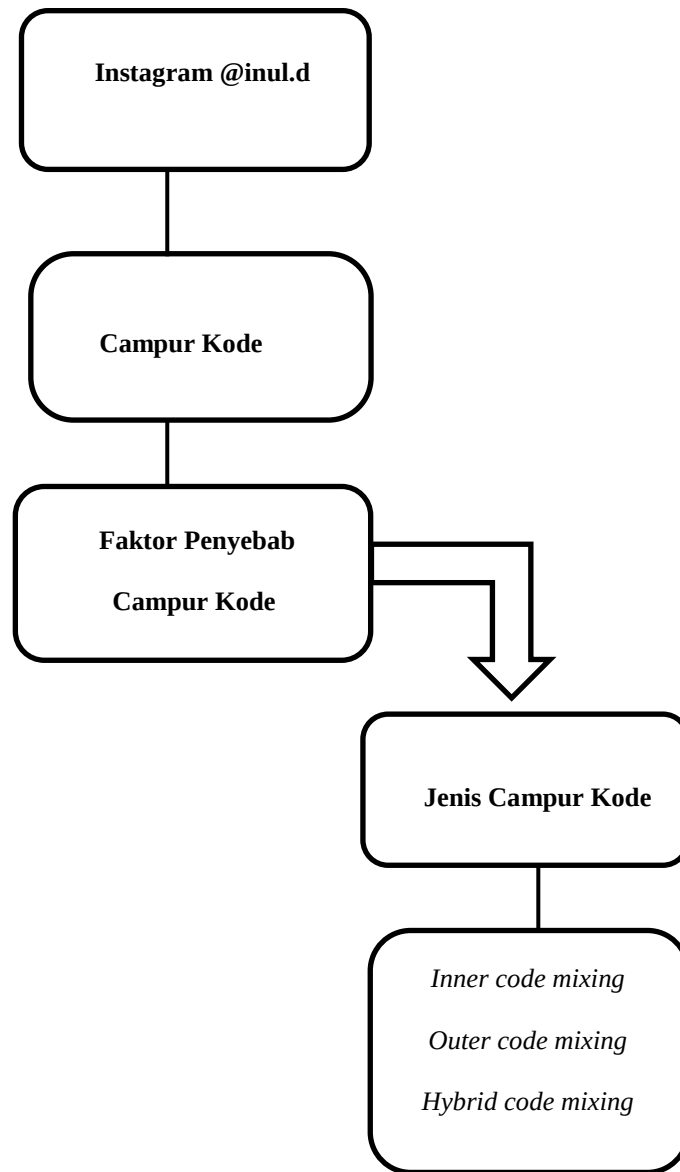
3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan objek kajian media sosial Instagram. Tujuannya adalah untuk menjelaskan gejala sosial melalui studi kepustakaan yang mendukung analisis dan kesimpulan. Data diambil dari postingan Instagram Inul Daratista. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang fokus pada pemahaman fenomena sosial, budaya, dan perilaku manusia melalui pengumpulan dan analisis data deskriptif, naratif, dan interpretatif (Faustyna, 2023, P.31).

3.2. Kerangka Konsep

Sejalan dengan tujuan penelitian yang sudah dibahas di atas, selanjutnya akan diuraikan kerangka konsep yang berkaitan dengan masalah diteliti. Dengan kerangka konsep peneliti dapat mengetahui apa saja

Gambar 3.1. Kerangka Konsep



Sumber: Olahan peneliti 2025

3.3. Defenisi Konsep

Adapun definisi konsep dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang mendukung pengguna untuk berbagi foto dan video. Pengguna dapat mengedit foto dan video

menggunakan berbagai filter dan alat lalu membaginya di profil dan cerita yang hilang setelah 24 jam. Pengguna dapat mengikuti satu sama lain, berinteraksi melalui komentar, mengirim pesan secara langsung, dan menemukan konten baru melalui fungsi pencarian.

b. Campur Kode

Campur kode termasuk studi linguistik yang digunakan sebagai cara terakhir untuk mengekspresikan bahasa yang tidak dapat diungkapkan dalam bahasa aslinya (Putriani et al., 2019).

c. Jenis Campur Kode

- 1) *Inner code mixing*: Campuran bahasa daerah (Jawa) dalam bahasa Indonesia.
- 2) *Outer code mixing*: Campuran bahasa asing (Inggris/Arab) dalam bahasa Indonesia
- 3) *Hybrid code mixing*: Gabungan bahasa daerah dan asing dalam satu tuturan

d. Faktor penyebab campur kode

Campur kode biasanya muncul akibat dari ketidaksadaran penutur dalam menggunakan lebih dari satu bahasa ketika proses penuturan berlangsung (Wahyuni dkk, 2023). Faktor penyebab terjadinya campur kode ini adalah adanya faktor latar belakang bahasa ibu yang sama. Dengan adanya persamaan latar belakang bahasa yang sama dapat memicu adanya campur kode (Kaamiliyaa dkk, 2023).

3.4. Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1. Kategorisasi Penelitian

No.	Kategorisasi Penelitian	Indikator Penelitian
1.	Campur kode	Defenisi campur kode
2.	Frekuensi penggunaan	Jumlah unggahan yang menggunakan campur kode
3.	Jenis campur kode	Bahasa dan elemen yang digunakan

Sumber: Olahan Peneliti 2025

3.5. Unit Analisis Data

Unit analisis dalam penelitian ini adalah unggahan akun Instagram @inul.d pada bulan Mei 2025 yang mengandung unsur campur kode. Terdapat 105 unggahan yang dibuat selama periode tersebut, ada 60 unggahan yang menggunakan campur kode. Unggahan-unggahan ini dibagi menjadi tiga jenis: 10 unggahan menggunakan campur kode ke dalam, 13 unggahan menggunakan campur kode ke luar, dan 37 unggahan menggunakan campur kode campuran.

Untuk penelitian ini, 18 unggahan dipilih sebagai sampel dengan 3 sampel untuk campur kode ke dalam, 4 sampel campur kode ke luar dan 11 sampel campur kode campuran. Pemilihan dilakukan secara purposive sampling dengan mempertimbangkan kriteria berikut:

1. Unggahan tersebut memiliki tingkat interaksi audiens yang relatif tinggi, terlihat dari jumlah like dan komentar
2. Unggahan tersebut mengandung unsur campur kode yang jelas dan relevan sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan

3. Setiap jenis campur kode terwakili secara proporsional, dengan lima unggahan untuk campur kode ke dalam, lima untuk campur kode ke luar, dan lima untuk campur kode campuran.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah aspek terpenting. Pada penelitian ini pengumpulan dilakukan dengan observasi dan dokumentasi.

a. Observasi

Metode observasi adalah teknik sistematis untuk mengamati dan mencatat fenomena yang diselidiki guna memperoleh data dan informasi sesuai dengan tujuan penyelidikan (Noor, 2020). Observasi kualitatif dapat dilakukan di situasi nyata atau di lingkungan yang dirancang khusus untuk penelitian (Ardiansyah dkk, 2023). Observasi dilakukan melalui proses pengamatan dan analisis pada unggahan akun Instagram yang dilakukan secara berulang. Selanjutnya, penelitian difokuskan pada unggahan yang dianggap relevan dengan judul penelitian. Proses analisis ini bertujuan untuk mengetahui bentuk-bentuk campur kode yang terkandung dalam unggahan akun instagram tersebut.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dalam teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen yang telah ada, termasuk dokumen tertulis, gambar, dan elektronik. Teknik ini tidak hanya berfokus pada pengumpulan informasi, tetapi juga melibatkan analisis serta sintesis dokumen untuk menghasilkan kajian

yang komprehensif. Dengan demikian, peneliti tidak hanya mencatat kutipan dari dokumen, melainkan juga menginterpretasikan dan menganalisis informasi yang terdapat di dalamnya. Pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan dengan menghimpun berbagai catatan atau informasi penting yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan hasil tangkapan layar atau *screenshot* dari unggahan akun instagram tersebut sebagai dokumentasi.

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan pada objek penelitian, yakni unggahan pada akun Instagram @inul.d yang didalamnya terdapat terdapat kata atau kalimat yang mengandung unsur campur kode. Data akan dikumpulkan melalui pengamatan langsung terhadap caption unggahan di akun tersebut.

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai dari 30 Mei 2025 sampai 22 Agustus 2025. Tidak ada lokasi khusus untuk melakukan penelitian ini, dikarenakan penelitian ini dapat dilakukan dimana saja.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap caption pada unggahan akun Instagram @inul.d, telah ditemukannya penyisipan kata yang mengandung campur kode baik itu ke dalam, ke luar, dan campuran. Adapun yang ditemukan adalah : Pertama, campur kode dalam (yang bersumber dari bahasa Jawa). Kedua, campur kode ke luar (yang berasal dari bahasa asing: Indonesia-Arab dan Indonesia-Inggris). Ketiga, campur kode campuran (yang berasal dari bahasa Inggris, Arab, dan Jawa). Berikut adalah hasil penilaian terhadap 18 unggahan akun Instagram @inul.d pada bulan Mei 2025 yang disajikan menggunakan coding shet, yaitu:

Tabel 4.1. Hasil Penelitian

No.	Postingan	Narasi Konten	Keterangan
1.	Dokumentasi Walimatus Safar Haji Ruben Onsu	<u>“Labbaik allahumma labbaik labbaik alaa syarikalakalabbaik</u> Ya Allah dia datang memenuhi panggilanmu ya <u>rabb</u>. Menuju Al-Haram semoga lancer dan sehat dalam menjalankan ibadah haji. Haji yg Maburr <u>aamin</u> @ruben_onsu ustadz @m_nur_maulana” Pada unggahan tersebut, Inul menyisipkan kalimat berbahasa Arab “<i>Labbaik allahumma labbaik, labbaik alaa syarikalakalabbaik</i>” yang berpadu dengan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Arab ini memiliki tujuan tersirat untuk memberikan nuansa religius sekaligus mempertegas makna spiritual dari momen keberangkatan ibadah haji. Dengan mengutip	Campur kode ke luar

		kalimat talbiyah dalam bahasa aslinya, Inul tidak hanya menunjukkan penghormatan terhadap nilai keagamaan, tetapi juga berusaha menumbuhkan rasa haru dan kekhusyukan yang lebih kuat di antara pengikutnya. Sementara itu, bahasa Indonesia tetap digunakan agar pesan doa yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas oleh seluruh audiens. Campuran bahasa ini menjadi strategi komunikasi yang efektif: bahasa Arab berfungsi menegaskan identitas keislaman dan kesakralan ibadah, sedangkan bahasa Indonesia menjaga keterhubungan dengan masyarakat luas. Dengan demikian, pencampuran bahasa yang muncul di caption tersebut mencerminkan keseimbangan antara ekspresi religiusitas dan komunikasi yang mudah dipahami.	
2.	Konten hiburan humor rumah tangga	“Tips buat ibu-ibu yang suaminya suka sengaja lewat-lewat kalo kita lagi ngepel. Silahkan diaplikasikan. Oiya Jum’at Berkah, sekalian aku mau umumin 25 orang pemenang <u>Giveaway</u> 200rb (dipostingn kepiting alaska). Hadiah silahkan <u>diclaim</u> dgn cara <u>DM</u> ke akun @d_sances26” Penggunaan istilah asing ini memiliki tujuan tersirat untuk menampilkan kesan modern sekaligus menyesuaikan dengan gaya komunikasi khas media sosial yang akrab dengan istilah-istilah global. Dengan begitu, caption tersebut terasa lebih relevan dengan tren digital yang sering digunakan oleh warganet. Di sisi lain, penggunaan bahasa Indonesia	Campur kode ke luar

		tetap dipertahankan agar pesan utama, terutama terkait tips dan informasi hadiah, mudah dipahami oleh seluruh pengikutnya. Campur kode ini menjadi strategi untuk menciptakan gaya bahasa yang ringan, gaul, dan kekinian, sekaligus menjaga efektivitas komunikasi agar pesan promosi maupun interaksi tetap jelas dan mudah diterima audiens yang beragam.	
3.	Perayaan ulang tahun anak	“<u>Alhamdulillah</u>, 16 th sdh usia. kali ini di rayain sama teman-teman sekolah. Tahun lalu dirayain 3 hari 3 mlm dikampung halaman semoga hidupmu penuh berkah anaku @ivanderdamares. sehat panjang usia jd anak sholeh kebanggaan mama papa <u>Thank you cece</u> untuk <u>cake B'day</u> nya @yantje_cake” Inul menggunakan campur kode dengan menyisipkan istilah bahasa Arab <i>Alhamdulillah</i> serta bahasa Inggris <i>Thank you</i> dan <i>B'day</i> yang dipadukan dengan bahasa Indonesia. Penggunaan campur kode ini adalah untuk menekankan makna emosional sekaligus membangun citra diri yang religius dan modern. Ucapan <i>Alhamdulillah</i> memperlihatkan rasa syukur yang tulus atas bertambahnya usia anaknya, sementara penggunaan bahasa Inggris memberikan kesan kekinian. Perpaduan bahasa tersebut juga menjadi cara Inul mengekspresikan identitasnya sebagai seorang publik figur yang dekat dengan budaya global namun tetap menjunjung nilai religius. Dengan demikian, campur kode yang digunakan	Campur kode ke luar

		tidak hanya memperkaya gaya bahasa, tetapi juga berfungsi memperkuat pesan spiritual, emosional, dan sosial yang ingin disampaikan kepada audiens.	
4.	Makan bersama keluarga di sebuah Restoran	“Karena ada beberapa kerjaan di Jawa Timur sekalian pulang ajak keluarga makan di <u>seafood</u> @kapten_seafood_surabaya sampe jumpa besok pagi yah tungguin aku dan ROYCO hadir di Mojokerto” Penggunaan istilah asing ini idalah untuk menampilkan kesan modern serta menyesuaikan dengan istilah yang lebih populer digunakan masyarakat ketimbang padanannya dalam bahasa Indonesia. Dengan memilih kata <i>seafood</i>, Inul tidak hanya membuat caption terdengar lebih gaul dan akrab dengan gaya komunikasi media sosial, tetapi juga memudahkan audiens dalam memahami konteks karena istilah tersebut sudah umum dipakai sehari-hari. Selain itu, campur kode ini memperlihatkan strategi komunikasi Inul sebagai publik figur yang ingin tetap dekat dengan pengikutnya melalui bahasa sederhana namun tetap mengikuti tren global. Dengan begitu, penggunaan kata <i>seafood</i> tidak sekadar variasi bahasa, tetapi juga berfungsi membangun citra kekinian sekaligus menjaga relevansi interaksi dengan audiens.	Campur kode ke luar
5.	Foto Inul sedang berbelanja	“Terus aku harus gimana??? Namanya juga ibu-ibu hobi masak jadi ya harus belanja lah... biar masuk syurga bakti sama suami hahahahaa <u>yo wes</u> jangan lupa besok nonton aku masak di dapur ngebor. sabtu pagi jam 8.30 di MNC TV, dapur ngebor yah” Penggunaan campur kode antara bahasa Indonesia dan Jawa dalam postingan ini untuk memperkuat persona dirinya sebagai sosok yang rendah hati, relatable, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Jawa, sambil mempromosikan acaranya dengan pendekatan yang cair dan tidak terkesan kaku seperti iklan komersial. Dengan mencampur bahasa,	Campur kode ke dalam

		ia menciptakan nada percakapan yang santai dan berbagi seperti obrolan antar-teman, sehingga ajakan nonton acara "Dapur Ngebor" terasa lebih personal dan persuasif. Selain itu, penggunaan humor "ibu-ibu hobi masak" yang dibarengi dengan bahasa daerah mempertegas identitas kulturalnya, membangun kedekatan emosional dengan pengikut yang memiliki latar belakang serupa, sekaligus menormalisasi peran tradisional tersebut dengan gaya yang menyenangkan dan tidak menggurui.	
6.	Selfie	<i>Angel turune ya wes</i> kita ngobrol dulu sama kekasihku. Wahai zat yang maha tinggi” Dengan menggunakan campur kode antara bahasa Jawa dan Indonesia Inul menciptakan kesan keintiman dan kerendahan hati yang jujur di tengah kesulitan yang dialaminya. Dengan memilih bahasa Jawa untuk mengungkapkan keluhan kesah yang personal <i>angel turune ya wes</i> dan panggilan doa yang terdalem <i>wahai zat yg maha tinggi</i>, ia menyentuh sisi emosional dan kultural audiensnya yang memahami bahasa tersebut, sehingga terasa lebih tulus dan menyentuh hati. Sementara itu, penggunaan bahasa Indonesia pada bagian <i>kita ngobrol dulu sama kekasihku</i> berfungsi sebagai jembatan untuk audiens yang lebih luas, membuat pesannya tetap dapat dipahami namun tidak kehilangan nuansa personalnya. Strategi ini memperlihatkan upaya Inul untuk membangun kedekatan dengan pengikutnya	Campur kode ke dalam

		dengan cara yang autentik, menunjukkan kerentanannya sebagai manusia biasa sekaligus mengukuhkan identitasnya sebagai figur publik yang tetap bersandar pada nilai-nilai spiritual dan budaya akarnya.	
7.	Reels humor	“Ikutan biar ga di bilang <u>wong lawas</u>. <u>Melok</u> kekinian” Penggunaan campur kode ini untuk memberikan kesan santai, humoris, sekaligus menunjukkan identitas kulturalnya sebagai orang Jawa. Ungkapan <i>wong lawas</i> digunakan untuk menegaskan makna orang yang dianggap kuno, sementara kata <i>melok</i> memperlihatkan cara Inul mengekspresikan diri dengan bahasa sehari-hari yang akrab di telinga masyarakat Jawa. Di sisi lain, bahasa Indonesia tetap digunakan agar pesan tetap bisa dipahami secara luas. Dengan demikian, campur kode ini menjadi sarana untuk menegaskan identitas, membangun kedekatan emosional, sekaligus menghadirkan kesan gaul dan jenaka dalam gaya komunikasinya di media sosial.	Campur kode ke dalam
8.	Perayaan ulang tahun Iis Dahlia	“<u>Surprise party</u> nya di depan pintu toilet, <u>piye</u> sih <u>Mom</u> diem-diem ditungguin eeh <u>nyelonong aje</u> kabur... lha masuk toilet pula... bingung kita semua wkwkwkwk” Penggunaan campur kode pada caption unggahan Inul di atas memiliki tujuan tersirat yang erat kaitannya dengan cara ia membangun komunikasi di media sosial. Melalui kombinasi bahasa Indonesia, Jawa, dan Inggris, Inul berusaha menciptakan	Campur kode campuran

		suasana yang akrab dan santai seolah-olah sedang bercakap langsung dengan para pengikutnya. Penyisipan bahasa Jawa <i>piye</i> memperlihatkan identitas dirinya sebagai penyanyi yang berasal dari Jawa Timur sekaligus menambah kesan humor dan spontanitas. Sementara itu, penggunaan istilah bahasa Inggris seperti <i>party</i> dan <i>mom</i> memberikan nuansa gaul dan kekinian yang sesuai dengan tren gaya bahasa media sosial. Campur kode ini bukan hanya sekadar variasi bahasa, tetapi juga strategi untuk menjangkau audiens yang beragam, memperkuat kedekatan emosional, serta menegaskan citra dirinya sebagai sosok yang autentik namun tetap modern.	
9.	Ziarah dan doa mengenang 40 hari wafatnya Titiek Puspa	“Ya Allah, semoga engkau lapangkan kuburnya. Kau maafkan segala khilaf salah semasa hidupnya. Tempatkan <u>Eyangku</u> di tempat yang indah. Tenangkan damaikan jiwanya. 40 hari <u>my bestie Eyangku</u> Titiek Puspa. sepi ga ada yg diajakin ngobrol lamaaa klo pas telponan <u>I Lov U Eyang #alfatihah</u>” Dalam postingan tersebut campur kode digunakan untuk mengekspresikan rasa duka dan kasih sayang dengan lebih mendalam sekaligus menunjukkan keakraban emosional dengan almarhumah. Penyebutan <i>Eyangku</i> memberi nuansa kedekatan personal yang berakar pada budaya Jawa, sementara kata <i>bestie</i> dan <i>I Lov U</i> mencerminkan gaya bahasa modern yang sering digunakan di media sosial untuk menyatakan kedekatan dan cinta. Perpaduan bahasa ini juga memperlihatkan usaha Inul dalam	Campur kode campuran

		menyampaikan pesan yang menyentuh hati, di mana sisi tradisi dan modernitas bertemu dalam satu ungkapan emosional. Campur kode tersebut berfungsi sebagai sarana memperkuat ekspresi kesedihan, memperlihatkan keintiman hubungan, serta menjaga relevansi gaya komunikasi dengan para pengikutnya yang terbiasa dengan bahasa campuran di media sosial.	
10.	Acara adat <i>mitoni</i> sahabat.	“Mitoni <u>nyonya</u> Danang, <u>bismillah</u>, sehat ibu dan calon <u>baby</u>. Lahir selamat ke duanya, berkah <u>kahuripane</u>, <u>kamulyan</u> <u>penguripane</u>, lancar dan sukses <u>fitdunya</u> <u>wal akhiroh</u>. @danang_official91 @hemasnura” Campuran bahasa yang digunakan untuk memberikan doa yang lebih khidmat, mendalam, dan sarat makna budaya. Bahasa Arab dipakai untuk mempertegas nuansa religius, menekankan doa agar mendapat keberkahan dari Allah, sedangkan bahasa Jawa digunakan untuk memperlihatkan kedekatan emosional dengan budaya lokal sekaligus memperkaya makna doa yang disampaikan. Sementara itu, bahasa Indonesia tetap menjadi penghubung utama agar pesan tetap jelas dan mudah dipahami audiens luas. Perpaduan ketiga bahasa ini menunjukkan strategi Inul dalam menyampaikan doa yang tidak hanya formal, tetapi juga hangat, penuh identitas, dan menyentuh sisi spiritual serta kultural. Dengan begitu, campur kode pada caption ini memperlihatkan cara Inul menyeimbangkan antara	Campur kode campuran

		religiusitas, budaya daerah, dan komunikasi publik yang tetap relevan bagi pengikutnya.	
11.	Video ngegym	“Percayalah...umur panjang itu memang Tuhan yang punya, tapi badan sehat, <u>jerohan</u> seperti <u>abegeh</u>, bisa paripurna itu punya kita dengan kita jaga <u>body</u> berolahraga, olah <u>vocal</u> ups olah menu sehat, olah pikiran positif hehehehe... umur boleh nambah, tenaga harus tetep kayak 25thn” Campur kode antara bahasa Indonesia dan Jawa digunakan untuk menyampaikan pesan kesehatan dengan pendekatan yang lebih personal, humoris, dan mudah dicerna khususnya kalangan Jawa. Dengan menyelipkan kata-kata daerah yang familiar, ia menekankan pentingnya menjaga kondisi internal tubuh <u>jerohan</u> yang berarti organ dalam agar tetap prima seperti <u>abegeh</u> (remaja), sehingga nasihat hidup sehat terkesan tidak menggurui namun justru mengalir layaknya obrolan sehari-hari. Strategi ini tidak hanya memperkuat identitas kulturalnya yang dekat dengan masyarakat biasa, tetapi juga membuat pesan motivasi tentang olahraga, pola makan, dan pola pikir positif menjadi lebih relatable, mudah diingat, dan menghibur sekaligus menegaskan bahwa meski usia bertambah, vitalitas harus tetap dijaga tanpa kehilangan sisi keceriaan.	Campur kode campuran
12.	Foto klarifikasi	“Sekedar info, banyak sekali yang memberitakan si Inul ke pemakaman <u>rambute</u> di kepang. Saya beberapa hari kusut sekali, ya pikiran, ya hati, ya badan... di tinggal <u>bestie</u> sosok yang sangat aku sayangi. Semalaman sebelum <u>eyang</u> pergi juga wara-wiri dan sempat ga mandi juga mata bengap dan kusut sekali. <u>Eyang</u> tuh klo lihat aku ga cantik pasti nasehatnya bisa panjang lebar. Sebagai publik figur hrs menarik cantik ga boleh kusut apalagi ga pake	Campur kode campuran

		bedak!! kalo saya ketemu <u>eyang</u> rambut di kepang-kepang pasti di bilang lucu seneng dan di bercandain kecuali pake <u>Wig</u>, "bisa ngobrol soal <u>wig</u> dari warna sampe modelnya sedangkan pas dr RS ke kediaman <u>eyang</u> semua tamu pada <u>drescode</u> nya sudah <u>cetar</u> semua bahkan dandan semua pada cantik-cantik <u>menor- menor</u> bahkan ada yg pake bulu mata setebal bulu mata jerapah <u>shadow</u> nya sudah kayak org pada mau konser <u>bajune apik-apik</u>... dan aku sangat beda sama mereka... Jika cuma rambut kepangan ga berarti apa apa sudah ga ada waktu benerin rambut pasti di pemakaman juga suasana panas dan berduka, gerah... dan saya ga pake <u>hairstylish</u> karenar yang kepang rambut aku <u>mbak ART</u> dirumah yang sudah ikut aku 25thn, kebetulan dia punya putri berambut panjang dan <u>rambute</u> di aneh-aneh makanya klo urusan rambut sama <u>mba</u> di rumah penghormatan terakhir harusnya ttp rapi biar <u>eyang</u> lihat aku juga ga sedih. Maaf yah jika dandanan saya kurang berkenan dihati pemirsah. Yang penting <u>eyang</u> di sana gak kecewa sama Inul #alfatihah" Pengaplikasian campur kode bahasa Indonesia dan Jawa guna menyampaikan kesedihan dan kondisi personalnya yang "kusut" dengan sangat autentik dan mendalam, sambil secara halus mengkritik kesenjangan antara ekspektasi publik terhadap penampilan seorang selebriti dengan realita perasaannya yang manusiawi. Penggunaan bahasa Jawa "apik" (bagus/rapi) bertujuan untuk menekankan nasihat mendalam dari eyang serta menggarisbawahi kontras antara penampilan para tamu yang sempurna dengan kondisinya yang berantakan, sehingga kritik sosialnya terasa lebih intim dan tidak konfrontatif. Campur kode ini bukan hanya mencerminkan identitas kulturalnya, tetapi juga menjadi strategi retorika untuk membangun	
--	--	---	--

		empati dan koneksi emosional dengan pengikutnya, menunjukkan kerentanannya yang nyata di balik image figur public.	
13.	Video Iklan Produk	“Gak perlu jadi Sultan <i>gaes</i> untuk beli Es Krim Wall’s, sekarang ada Es Krim Wall’s Rp2.000, cuma Rp2.000 aja, udah bisa dapet es krim rasa buah yang segeerrrr.. ada Es Teh Lemon, Semangka dan Happy Berry. Kalau <i>favorit</i> aku yang rasa semangka, kalau <i>Mas</i> Adam paling suka rasa Happy Berry. Kalo kalian rasa apa? <i>cuss</i>..... buruan beli diwarung-warung terdekat @wallsidn #Walls2000JadiHappy #SemuaJadiHappy” Penggunaan kata <i>gaes</i> menggantikan <i>guys</i> untuk menciptakan gaya komunikasi yang santai, trendi, dan mudah diterima oleh kalangan muda serta masyarakat luas, sehingga pesan promosi es krim Wall's terkesan lebih akrab dan tidak kaku seperti iklan konvensional.	Campur kode campuran
14.	Video reels hiburan dengan nuansa personal	“Boleh lah sekali-sekali dikapokin dendam suami yg <i>terzolimi</i> Inul “; <i>jiampuutt</i>... tunggu balasanku besok yah pasti lebih parah, awas <i>koen</i> daammm !!” Tujuan tersirat dari penggunaan campur kode untuk mengekspresikan emosi dengan lebih hidup dan natural. Ungkapan Jawa memberikan kesan humoris, spontan, dan lugas sehingga interaksi dengan pengikut terasa lebih cair dan akrab, sementara istilah Arab seperti “<i>terzolimi</i>” menambah nuansa ekspresif yang kuat seolah-olah mempertegas perasaan “<i>teraniaya</i>” secara dramatis namun tetap bernuansa religius. Perpaduan bahasa ini juga mencerminkan identitas Inul sebagai sosok Jawa sekaligus muslim,	Campur kode campuran

		sehingga gaya bahasanya tidak hanya menjadi hiburan tetapi juga menampilkan ciri khas dirinya. Dengan demikian, campur kode dalam unggahan ini berfungsi untuk mempertegas ekspresi emosi, menghadirkan humor, serta menjaga kedekatan personal dengan audiens melalui bahasa yang ringan, akrab, dan penuh karakter.	
15.	Sapi Qurban	Sapiku beli sapi qurban di @sr_jaya89 @elsadewana sangat puass bertahun-tahun sudah langganan sapi disini. Selain <u>sapine</u> bagus sehat dan mau menerima cicilan nabung <u>masyaa Allah tabarakallah</u>, jadi ketika saya dapat rezeki lebih aku sisihkan utk di tabung entah itu 25/50/100 jt <u>poko</u>ke tiap bulan nabung, dan saat hari qurban aku tinggal bahagia sebab sapiku selain <u>quede quedehhh</u> di anter sampe rumah beserta <u>stock</u> makanan sebelum di potong. <u>Nek tuku cash</u> yah <u>abotlah duite perlune akeh</u> tapi dengan nabung <u>masyaa Allah tabarakallah</u> bisa dpt sapi sampe 4-5 ekor <u>suwon mba</u> Elsa sayang bikin aku semangat <u>kerjone</u> semangat <u>nabunge</u> tahun lalu daging qurban dapat 7000 plastik (7000 KK yang dapat) <u>alhamdulillah</u> dengan timbangan tidak mengecewakan baik daging, tulang, <u>jerohan wis sipp poko</u>ke puas <u>poll</u>” Pengunaan bahasa Indonesia, Jawa (nek tuku cash yah abotlah duite, suwon, wis sipp poko), dan Arab (masyaa Allah tabarakallah, alhamdulillah) adalah untuk membangun kredibilitas dan keautentikan sebagai endorser dengan pendekatan yang sangat personal dan kultural, sehingga testimoni mengenai layanan pembelian sapi kurban terasa lebih jujur dan relatable bagi audiensnya yang mayoritas berasal dari latar belakang Jawa Muslim. Penggunaan bahasa Jawa secara spesifik seperti mengeluh tentang beratnya biaya jika bayar tunjang (abotlah duite) atau	Campur kode campuran

		mengucapkan terima kasih (suwon) menciptakan kesan bahwa ia berbicara sebagai konsumen biasa yang menghadapi realita sehari-hari, bukan sebagai selebritas yang jauh dari persoalan ekonomi. Sementara itu, penyelipan kata Arab memperkuat nuansa religius dan keberkahan dalam transaksi ini, menysar nilai spiritual yang penting bagi calon pembeli hewan kurban. Strategi ini tidak hanya memvalidasi pengalaman pribadinya sebagai langganan bertahun-tahun, tetapi juga membangun trust dengan cara yang cair: seolah-olah ia merekomendasikan layanan ini kepada teman sebaya sambil berbagi tips finansial (seperti menabung cicilan) yang aplikatif bagi masyarakat biasa. Dengan demikian, campur kode berfungsi sebagai alat mempersatu identitas budaya, ekonomi, dan religius yang memperdalam dampak persuasif pesannya.	
16.	Kondangan	<u>“Happy wedding cah bagus Adik Bey dan Alisa, bahagia, samawa till jannah. Masyaa Allah tabarakallah @vegardarwanti123”</u> Pencampuran antara bahasa Indonesia, Jawa (cah bagus). dan Arab (tilijannah, masyaa Allah tabarakallah) guna menyampaikan ucapan selamat pernikahan yang tidak hanya tulus dan berlapis makna, tetapi juga mencerminkan identitas kultural dan religiusnya yang multidimensi. Strategi ini berfungsi membangun kedekatan emosional yang autentik, di mana Inul tidak hanya dianggap sebagai	Campur kode campuran

		selebritas tetapi juga sebagai bagian dari komunitas yang memahami dan menghargai simbol-simbol budaya serta religius, sehingga pesan kebahagiaannya terasa lebih personal, khidmat, dan relevan dengan konteks peristiwa yang disakralkan.	
17.	Selfie dengan Depe	“Adikku <u>ayune ra luntur</u> salam buat <u>mamine</u> yah sehat selalu. @dewiperssik9 @pagipagiambyartranstvcorp @transtv_corp” Pengoperasian campur kode ini adalah untuk menampilkan keakraban sekaligus memberikan sentuhan emosional yang lebih personal. Ungkapan Jawa tersebut memiliki nuansa pujian yang terdengar lebih hangat dan tulus dibandingkan jika hanya menggunakan bahasa Indonesia formal. Selain itu, pemakaian bahasa daerah juga menciptakan kesan santai dan akrab, seolah-olah ia sedang bercakap langsung dengan sahabat dekat, bukan sekadar membuat pernyataan publik. campur kode pada caption ini berfungsi sebagai sarana mempererat hubungan personal dengan orang yang dituju, serta mempertegas identitas kedaerahan	Campur kode campuran
18.	Cuplikan tayangan Youtube	Udah tayang <u>gaes...</u> <u>surprise</u> ultah <u>mas</u> @ivanderdamares di youtube channel aku, Inul Daratista Official. Ditonton <u>yoo</u>” Inul menggunakan campur kode antara bahasa Indonesia baku dengan slang digital kekinian seperti "gaes" dan seruan informal "yoo" adalah untuk menciptakan strategi komunikasi yang deliberately rileks dan engaging, sehingga pesan promosi konten YouTube-nya tidak terkesan sebagai iklan satu arah yang formal, melainkan undangan personal layaknya	Campur kode campuran

		ajakan teman. Pendekatan ini secara cerdas memanfaatkan kedekatan linguistik untuk membangun rapport dengan audiens muda yang akrab dengan slang tersebut, sambil tetap menjaga keterbacaan bagi kalangan yang lebih luas. Dengan menyisipkan kata-kata yang viral dan energik, Inul tidak hanya meningkatkan daya tarik pesannya tetapi juga memperkuat citra dirinya sebagai figur yang tetap update dengan tren terkini, sehingga konten yang dipromosikan terasa lebih akrab, mudah diingat, dan memancing interaksi langsung seperti tontonan maupun komentar.	
--	--	---	--

Sumber: Olahan Peneliti 2025

4.1.1. Frekuensi Penggunaan

Dari total 18 unggahan, frekuensi penggunaan campur kode adalah sebagai berikut:

1. Campur kode ke luar: 4 unggahan (22%)
2. Campur kode ke dalam: 3 unggahan (17%)
3. Campur kode campuran: 11 unggahan (61%)

Berdasarkan data di atas, secara deskriptif dapat dikatakan bahwa campur kode campuran muncul jauh lebih banyak dibandingkan bentuk lainnya. Dominasi campur kode hybrid (61%) dalam unggahan @inul.d mencerminkan strategi komunikasi lintas segmen yang memadukan unsur formal, informal, lokal, dan global sekaligus. Hal ini bukan hanya menyesuaikan dengan latar belakang pengikut yang beragam, tetapi juga selaras dengan karakter media sosial yang mengutamakan keberagaman gaya bahasa untuk menciptakan kedekatan sekaligus daya tarik visual dan linguistik. Dari perspektif kajian bahasa, fenomena ini memperlihatkan bahwa bahasa di media sosial bersifat dinamis, fleksibel, dan mampu melampaui batas formalitas serta kategori linguistik yang kaku. Penggunaan bahasa daerah tidak hanya berfungsi mempertahankan identitas budaya, tetapi juga memberikan nuansa keakraban dan kedekatan emosional,

sementara bahasa asing menambah kesan modern, mengikuti tren global, dan memperluas jangkauan pesan.

Bagi komunikasi publik figur, temuan ini menunjukkan bahwa pilihan bahasa yang variatif bukanlah sekadar ekspresi spontan, melainkan bagian dari strategi komunikasi yang terencana untuk mengatur citra diri (image management) dan membangun merek pribadi (personal branding). Dengan memadukan unsur lokal dan global, publik figur dapat menarik perhatian, memelihara keterikatan audiens, sekaligus memastikan pesan yang disampaikan tetap relevan bagi berbagai lapisan pengikut. Implikasi ini juga membuka ruang bagi penelitian lanjutan mengenai peran strategi linguistik dalam meningkatkan keterlibatan audiens (engagement) dan efektivitas pesan di ruang digital, khususnya di platform yang sangat visual dan interaktif seperti Instagram

4.1.2. Kemunculan campur kode dalam Konteks Waktu dan Kegiatan

1. Acara Keagamaan

Unggahan yang termasuk: *Walimatus Safar Haji Ruben Onsu* (Outer), *Ziarah 40 hari wafatnya Titiek Puspa* (Hybrid). Bahasa yang muncul ialah bahasa Indonesia + bahasa Arab (talbiyah) dan bahasa Jawa (sapaan “Eyang”). Campur kode terjadi pada momen ini karena memiliki nilai religius, seperti keberangkatan haji dan ziarah kematian. Unsur bahasa asing atau daerah digunakan untuk memperkuat nuansa hormat, religius, dan personal.

2. Ucapan & Perayaan

Unggahan yang termasuk: *Perayaan ulang tahun anak* (Outer), *Ulang tahun Iis Dahlia* (Hybrid), *Ucapan selamat pernikahan* (Hybrid). Kombinasi bahasa Indonesia bahasa asing dan daerah untuk menambah kesan universal dan hangat. Terjadi bertepatan dengan momen pribadi atau sosial yang dirayakan bersama kerabat dan sahabat. Campur kode berfungsi menambah kesan modern, santai, dan akrab kepada audiens.

3. Konten Hiburan

Unggahan yang termasuk: *Video bercanda dengan suami & giveaway Jumat Berkah* (Outer), *Video reels hiburan “aksi balas dendam”* (Inner), *Video olahraga di gym* (Hybrid). Bahasa Indonesia dipadukan dengan bahasa asing atau bahasa daerah. Digunakan pada momen santai tanpa keterikatan acara resmi. Menciptakan suasana cair, menghibur, dan memancing interaksi (misalnya partisipasi giveaway).

4. Konten Promosi & Iklan

Unggahan yang termasuk: *Promosi kuliner seafood Kapten* (Inner), *Promosi Es Krim Wall's* (Hybrid), *Promo sapi qurban* (Hybrid), *Promosi Kapten Seafood (video)* (Hybrid). Gabungan bahasa Indonesia, bahasa asing, dan bahasa daerah sesuai target pasar. Dipakai menjelang atau saat momentum penawaran produk tertentu (misalnya menjelang Idul Adha untuk sapi qurban). Campur kode digunakan sebagai strategi pemasaran untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan kesan variatif.

5. Konten Kegiatan Sosial & Relasi Personal

Unggahan yang termasuk: *Makan bersama keluarga di restoran seafood* (Outer), *Belanja di supermarket* (Inner), *Klarifikasi rambut kepong di pemakaman* (Hybrid), *Selfie dengan Depe* (Hybrid), *Cuplikan YouTube ulang tahun anak* (Hybrid), *Acara adat mitoni sahabat* (Hybrid). Variasi antara inner, outer, dan hybrid. Diunggah pada momen interaksi sosial atau aktivitas sehari-hari yang dekat dengan kehidupan personal Inul. Memperlihatkan fleksibilitas bahasa untuk menjaga keakraban sekaligus menyesuaikan dengan lawan bicara atau audiens.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bagaimana platform media sosial seperti Instagram menjadi arena bagi pengguna untuk mengekspresikan identitas linguistik dan kultural mereka. Inul tidak hanya menggunakan campur kode sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra diri yang kuat dan inklusif. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana campur kode digunakan dalam komunikasi digital oleh Inul Daratista. Penggunaan campur kode ini tidak hanya mencerminkan kemampuan linguistiknya, tetapi juga strategi komunikasi yang dirancang untuk membangun kedekatan dengan pengikutnya.

4.2. Pembahasan

Fenomena campur kode yang ditemukan pada unggahan akun Instagram @inul.d bukanlah sekadar perpaduan bahasa tanpa makna, melainkan bagian dari strategi komunikasi yang terencana maupun muncul secara alami dalam interaksi digital. Dari 18 unggahan yang dianalisis, terlihat bahwa Inul Daratista memanfaatkan campur kode sebagai sarana untuk membentuk pesan yang lebih

hidup, menjangkau audiens yang beragam, serta memadukan identitas budaya, religius, dan global dalam satu ruang komunikasi. Pola ini menunjukkan bahwa setiap pilihan bahasa yang ia gunakan memiliki tujuan tertentu.

Pertama, memperjelas pesan melalui istilah yang lebih presisi. Penggunaan campur kode, khususnya pada *outer code mixing* (bahasa Inggris dan Arab), sering kali bertujuan untuk memperjelas makna pesan yang ingin disampaikan. Misalnya, dalam perayaan ulang tahun, Inul menuliskan “B’day” diikuti doa dalam bahasa Indonesia. Frasa bahasa Inggris tersebut dianggap lebih singkat, mudah dipahami secara universal, dan memiliki daya tarik emosional yang kuat. Demikian pula, penggunaan bahasa Arab seperti “Alhamdulillah” atau “MasyaAllah” memberikan penegasan nuansa religius yang sulit digantikan oleh padanan bahasa Indonesia, sehingga memperkuat konteks syukur dan kekaguman yang ingin disampaikan.

Kedua, menciptakan suasana santai dan cair. Jenis *inner code mixing* yang melibatkan bahasa Jawa, seperti “yo”, “wes”, memberi warna santai dan akrab dalam unggahan. Pilihan kata ini membawa nuansa percakapan sehari-hari masyarakat Jawa, sehingga menciptakan jarak sosial yang lebih dekat antara Inul dan pengikutnya. Dalam konteks media sosial yang cenderung informal, gaya berbahasa seperti ini membuat pesan terasa lebih alami dan mudah diterima, sekaligus memperlihatkan kedekatan emosional dengan audiens yang memiliki latar budaya serupa.

Ketiga, Strategi komunikasi untuk membangun keakraban. Tujuan lain yang terlihat jelas adalah membangun keakraban dengan audiens yang

beragam. *Hybrid code mixing* yang menggabungkan bahasa Indonesia, Jawa, Inggris, dan Arab dalam satu unggahan memungkinkan Inul menjangkau berbagai kelompok pengikut: penggemar lokal, komunitas muslim, hingga audiens internasional. Contohnya, dalam satu caption ia dapat memadukan “MasyaAllah Tabarakallah” (Arab), “tuku” (Jawa), dan “I Love you” (Inggris). Kombinasi ini menimbulkan kesan bahwa Inul mengakui dan merangkul keberagaman audiensnya. Strategi ini membuat pengikut merasa diperhatikan, karena bahasa yang digunakan sesuai dengan latar budaya mereka.

Pola campur kode yang digunakan Inul Daratista juga berdampak pada tingkat interaksi audiens. Unggahan yang mengandung campur kode cenderung mendapatkan respons lebih tinggi dalam bentuk like & komentar dibandingkan dengan unggahan yang hanya menggunakan satu bahasa. Hal ini menunjukkan bahwa campur kode berhasil menciptakan keterlibatan (*engagement*) yang lebih besar dengan audiens. Misalnya, unggahan yang memadukan bahasa Indonesia dan Inggris mendapatkan ribuan like dan ratusan komentar. Interaksi ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan Inul dalam menyampaikan pesan, tetapi juga menunjukkan bahwa campur kode mampu menciptakan nuansa personal dan hangat, sehingga mendorong audiens untuk merespons.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang mendalam terhadap unggahan akun Instagram @inul.d, dapat disimpulkan bahwa penggunaan campur kode oleh Inul Daratista merupakan sebuah strategi komunikasi yang disengaja, dinamis, dan efektif untuk mencapai berbagai tujuan spesifik dalam interaksi digitalnya. Dominasi campur kode campuran (hybrid code mixing) sebesar 61% menunjukkan kecenderungannya yang kuat untuk memadukan bahasa Indonesia dengan bahasa Jawa, Inggris, dan Arab secara simultan, yang berfungsi tidak hanya untuk memperjelas dan mempertegas pesan seperti penggunaan istilah religius "Alhamdulillah" atau universal "I Love U" yang lebih presisi dan berdaya emosional tetapi juga untuk menciptakan keakraban dan kedekatan emosional melalui bahasa Jawa seperti "wes" yang menyiratkan kesantunan dan identitas kultural. Strategi ini sekaligus berperan penting dalam membangun identitas multikultural Inul sebagai sosok yang religius, modern, dan dekat dengan akar lokal, sehingga memperkuat personal branding-nya di mata publik. Lebih lanjut, campur kode terbukti meningkatkan interaksi dan engagement audiens, dengan unggahan yang memadukan berbagai bahasa meraih respons lebih tinggi, menandakan keberhasilan dalam menjangkau segmen pengikut yang beragam. Pola penggunaan yang kontekstual disesuaikan dengan momen keagamaan, perayaan, hiburan, atau promosi memperlihatkan adaptabilitasnya dalam berkomunikasi, yang pada akhirnya mencerminkan bagaimana media sosial

menjadi ruang negosiasi identitas yang cair dan inklusif, di mana batas-batas bahasa difleksikan untuk memenuhi tuntutan komunikasi yang personal, persuasif, dan multikultural.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penggunaan campur kode pada unggahan akun Instagram @inul.d, penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi berbagai pihak. Bagi para figur publik atau pengguna media sosial yang memiliki pengaruh besar terhadap khalayak, baiknya untuk lebih bijak dan sadar dalam memilih bentuk bahasa yang digunakan dalam unggahan. Penggunaan campur kode memang menjadi gaya komunikasi yang lumrah di media sosial, namun alangkah baiknya jika penggunaannya tetap memperhatikan konteks komunikasi serta keberagaman latar belakang audiens, agar pesan yang disampaikan tetap tersampaikan dengan baik dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Selanjutnya, bagi kalangan akademisi dan peneliti yang tertarik pada bidang kajian bahasa dan komunikasi digital, hasil penelitian ini dapat dijadikan pijakan untuk melanjutkan studi yang lebih mendalam. Penelitian lanjutan dapat mencakup aspek persepsi audiens terhadap penggunaan campur kode, maupun efek sosial dan budaya dari penggunaan berbagai bahasa dalam platform digital. Kajian semacam ini penting untuk memahami bagaimana media sosial turut membentuk kebiasaan berbahasa dan identitas masyarakat kontemporer. Untuk masyarakat umum, khususnya generasi muda yang menjadi pengguna aktif media sosial, diharapkan agar memiliki kesadaran berbahasa yang lebih tinggi.

Walaupun penggunaan campur kode menunjukkan fleksibilitas dan kreativitas dalam berbahasa, penting untuk tetap menghargai bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional, serta melestarikan bahasa daerah yang merupakan bagian dari kekayaan budaya bangsa.

Bagi peneliti-peneliti selanjutnya, disarankan agar cakupan data diperluas, baik dari segi jumlah unggahan, waktu pengamatan, maupun variasi objek penelitian. Penelitian serupa juga dapat dilakukan terhadap akun selebritas lain dengan latar belakang budaya dan profesi yang berbeda untuk mengetahui perbandingan pola campur kode yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. (2020). *Analisis Bentuk Alih Kode dan Campur Kode Pada Masyarakat Desa Kalimas Tengah Dusun Mawar Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya*.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Cahya, Fatiya, Fadia, Leni, Febriana, I. (2023). Analisis Campur Kode ke Luar (Outer Code Mixing) pada Lagu “Hari Bahagia” Ciptaan Atta Halilintar. *Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3, 23–31.
- Ezeh, N. G., Umeh, I. A., & Anyanwu, E. C. (2022). *Code Switching and Code Mixing in Teaching and Learning of English as a Second Language: Building on Knowledge*. 15(9). <https://doi.org/10.5539/elt.v15n9p106>
- Faustyna. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. <https://umsupress.umsu.ac.id/produk/relasi-media-dan-kampus/>
- FIRMANSYAH, B. (2016). Campur kode dalam narasi dan dialog pada novel revolt in paradise arya K ” Tut Tantri. *Indonesian Jurnal Of Applied Linguistics Review*, Vol 1 No 1 (2016), 0–15. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/ijalr/article/view/1379>
- Ginting, Rahmanita, Yulistiyono, Agus, Rauf, Abdul, Manullang, Sardjana Orba, Siahaan, Albert Lodewyk Sentosa, Kussanti, Devy Putri, D. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (R. Fauzi (ed.)). Penerbit Insania. <https://books.google.co.id/books/publisher/content?id=DUIyEAAQBAJ&hl=id&pg=PR3&img=1&zoom=3&bul=1&sig=ACfU3U3pua4lhuZKmr53A5vHSPiHCSKq3w&w=1280>
- Harahap, Yolanda, Ginting, rahmanita, Khairani, leyliia. (2021). Fenomena Keterbukaan Diri Selebgram Perempuan di Kota Medan Sebagai Cermin Budaya Populer di Media Sosial Instagram. *Perspektif*, 754–762.
- Hariyanto, Didik, Dharma, F. A. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Lintas Budaya*. UMSIDA Press.
- Kaamiliyaa, Salma, Irawati, Retno Purnama, Kuswardon, S. (2023). Alih Kode dan Campur Kode Dalam Interaksi Sehari-hari Oleh Santriwati Pondok Modern Darul Falah Temanggung (Kajian Sociolinguistik). *Journal of Arabic Learning and Teaching*, 12.

- M. Furqon Al Maarif, & Kundharu Saddhon. (2023). Campur Kode pada Unggahan Akun Instagram @ganjar_pranowo: Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 2(1), 196–211. <https://doi.org/10.55606/jpbb.v2i1.1157>
- Manshur, Ali, Zahro, D. F. (2020). Analisis Penggunaan Campur Kode Dalam Ceramah K. H. Bahauddin Nur Salim. *Tarbiyatuna*, 1, 62–82.
- Martaulina, S. D. (2018). *Bahasa Indonesia Terapan* (J. Hutahaean (ed.)). https://books.google.co.id/books?id=njhmEQAAQBAJ&lpg=PR6&ots=8BU5_27sI9&dq=bahasa&lr&pg=PA10#v=onepage&q=bahasa&f=false
- Muysken, P. (2000). *Bilingual Speech: A Typology of Code-Mixing*. Cambridge University Press.
- Nazri, S. N. A., & Kassim, A. (2023). Issues and Functions of Code-switching in Studies on Popular Culture: A Systematic Literature Review. *International Journal of Language Education and Applied Linguistics*, 13(2), 7–18. <https://doi.org/10.15282/ijleal.v13i2.9585>
- Noor, S. (2020). Penggunaan Quizizz dalam penilaian pembelajaran pada materi ruang lingkup Biologi untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X.6 SMA 7 Banjarmasin. *Jurnal Pendidikan Hayati*, 6(1), 1–7.
- Putriani, P. D., Hermawan, G. S., Fever, A., & Morning, D. (2019). Analisis campur kode pada lirik lagu babymetal 123. 5(2), 101–113.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika*, 1.
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019). Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Share : Social Work Journal*, 9(1), 10. <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>
- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2017). *Intercultural Communication: A Reader (14th ed.)*. Boston: Cengage Learning.
- Santoso, P., & Hasibuan, E. J. (2023). Analisis Jaringan Komunikasi Di Media Sosial Twitter Berbasis Big Data: Kontroversi Sebutan ‘Firaun’ Terhadap Kepala Negara Oleh Budayawan Cak Nun. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7(2), 375. <https://doi.org/10.31604/jim.v7i2.2023.375-385>
- Setiadi, D. (2017). Campur Kode Dalam Lirik Lagu “Kis Band.” *Jurnal Ilmu Bahasa*, 3.

- Suleman, Joko, Islamiyah, E. P. N. (2018). *Dampak Penggunaan Bahasa Gaul di Kalangan Remaja Terhadap Bahasa Indonesia*. 153–158.
- SUMARIANI, N. L. G. (n.d.). *Campur Kode Bahasa Daerah dan Bahasa Asing ke Dalam Pemakaian Bahasa Indonesia Dalam Parodi Indonesia Lawak Klub (ILK)*.
- Sumaryanto, Edy, Ibrahim, M. (2023). Komunikasi Antar Budaya Dalam Bingkai Teori-Teori Adaptasi. *Nusantara Hasana Journal*, 3, 42–51.
- Suryandari, N. (2019). *Komunikasi Lintas Budaya*. CV. Putra Media Nusantara.
- Wahyuni, Riska Dwi, Andayani, S. (2023). Penyebab Alih Kode dan Campur Kode Antara Mahasiswa Kampus Mengajar dan Siswa SDN 2 Jenawi. *Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 7, 183–192.

DOKUMENTASI

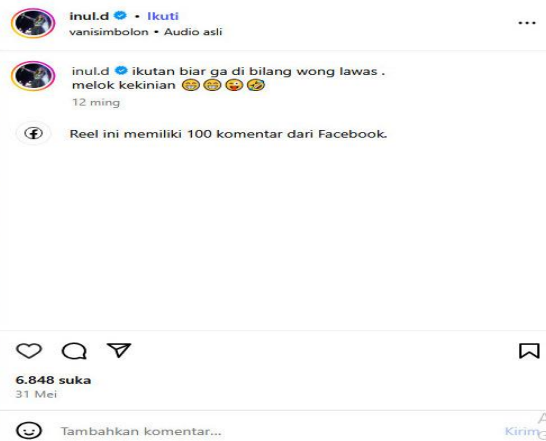
1. Campur Kode Ke Luar





2. Campur Kode Ke Dalam





3. Campur Kode Campuran











UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar di sebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

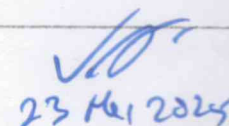
Medan, 23 Mei 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Nurzaili Rahmawati
NPM : 2103110022
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 13g... sks. IP Kumulatif 3.64

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis makna pesan pada iklan layanan masyarakat tentang bully pada akun youtube graysquare Visual	
2	analisis penggunaan campur kode pada unggahan akun Instagram @nul-d	 23 Mei 2025
3	Studi literatur makna pembentukan citra diri berhijab di akun media sosial Natasha Rizky	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi:

Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 26 Mei 2025

Ketua, Program Studi

(Abhyas Anshori, S.Sos., M.I.Kom)

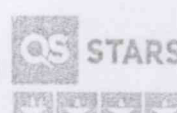
NIDN: 0127048401

Pemohon,

(Nurzaili Rahmawati)
Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi:

Asst. Prof. Rihut Pradi

NIDN:





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id>

fisip@umsu.ac.id

[umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan)

[umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan)

[umsu.medan](https://www.twitter.com/umsu.medan)

[umsu.medan](https://www.youtube.com/umsu.medan)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR MAHASISWA (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH) Nomor : 963/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Dzulqaidah 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 23 Mei 2025, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	: NURLAILI RAHMAINI
N P M	: 2103110022
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VIII (Delapan) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: ANALISIS PENGGUNAAN CAMPUR KODE PADA UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @INUL.D
Pembimbing	: Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI,, M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 193.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 23 November 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 28 Dzulqaidah 1446 H
26 Mei 2025 M



Assoc. Prof. Dr. ARJUN SALEH., MSP.
NIDN/6030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📠 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, ... 18 Juni 2025

Assalamu laikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Nurtaili Rahmani
NPM : 2103110022
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 963.../SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2025 tanggal 22 Mei 2025 dengan judul sebagai berikut :

Analisis Penggunaan Campur Kode Pada Unggahan Akun

Instagram @inul_d

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester I s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

(Akhyas Adhoni S. Sos. M. I. Kom)

(Assoc. Prof. Dr. Rizki Pradi S. Sos. M. I. Kom)

(Nurtaili Rahmani)

NIDN: 0127048401

NIDN: 0120057363





**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 1097/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025



Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 26 Juni 2025
Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
16	SAHRUL GUNAWAN NASUTION	2103110146	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS DRAGON GYM DALAM MENDORONG PEMBENTUKAN BADAN IDEAL DI KOTA PADANG SIDIMPUAN
17	MUHAMMAD ILHAM TRIMANTO	2103110115	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PERHUBUNGAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM E-PARKIR KEPADA MASYARAKAT KOTA MEDAN
18	FARINDA ADE STEVANI	2103110125	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	ELVITA YENNI, SS., M.Hum.	ANALISIS EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PENYULUHAN PROGRAM PELAYANAN KESEHATAN PEDULI REMAJA DI KECAMATAN PERBAUNGAN
19	JIHAN ADILAH	2103110120	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA., M.Si.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL ORANGTUA DALAM MENCEGAH KENAKALAN ANAK DI KELURAHAN MABAR HILIR
20	NURLAILI RAHMAINI	2103110022	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI., M.I.Kom.	ANALISIS PENGGUNAAN CAMPUR KODE PADA UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @INUL.D

Medan, 28 Dzulhijjah 1446 H
24 Juni 2025 M

(Asso. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggapnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📠 umsumedan 📧 umsumedan 📠 umsumedan 📧 umsumedan

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Sk-5

Nama lengkap : Nurtaili Rahmawati
NPM : 2103110022
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Analisis Penggunaan Campur Kode Pada unggahan Akun Instagram @inuld

No.	Tanggal	Kegiatan Advise/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	23/05/2025	Acc judul tugas Akhir	
2.	16/06/2025	Bimbingan Proposal	
3.	16/06/2025	Acc seminar Proposal	
4.	1/07/2025	Bimbingan Pasca Sempu	
5.	25/07/2025	Bimbingan Tugas Akhir	
6.	1/08/2025	Bimbingan Revisi tugas akhir	
7.	4/08/2025	Bimbingan Revisi Tugas Akhir	
8.	15/08/2025	Bimbingan Revisi Tugas Akhir	
9.	22/08/2025	Bimbingan Revisi Tugas Akhir	
10.	23/08/2025	ACC sidang	

Medan, 23 Agustus 2025.

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

Assoc.Prof. Dr. H. Anshori, S.Sos, M.Pd
NIDN: 0030017402

Dr. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I. Kom
NIDN: 0127048401

Assoc.Prof. Dr. Rihet Priadi, S.Sos, M.I. Kom
NIDN: 0120057303





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 1488/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 28 Agustus 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

Sk-10



*No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
36	SYAH FALI HASIBUAN	2103110152	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	PERENCANAAN KOMUNIKASI PROGRAM DAPUR BZSA DALAM MENINGKATKAN KEPEDULIAN SOSIAL DI DINAS KETAHANAN PANGAN & HOLTIKULTURA KOTA MEDAN
37	YULIA SARI ANGGRAINI	2103110160	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos., MSP.	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	DIPLOMASI BUDAYA MELALUI KONTEN EDUKASI DI KANAL YOUTUBE JEROME POLIN DALAM MEMPROMOSIKAN INDONESIA DI JEPANG
38	DINA S	2103110197	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos., MSP.	POLA KOMUNIKASI SGC PT. INALUM DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM BINA UMKM PERTUMBUHAN EKONOMI LOKAL DI BATUBARA
39	SYAHRU RAMADHAN DAULAY	2103110209	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos., MSP.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH PENYANDANG DISABILITAS TUNANETRA DALAM MENJALIN INTERAKSI HARIAN PADA DPD PERTUNI SUMATERA UTARA
40	NURLAILI RAHMAINI	2103110022	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS PENGGUNAAN CAMPUR KODE PADA UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @INUL.D

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :
Rektor
Wakil Rektor I
Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum.

Ketua,
Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.

Medan, 03 Rabiul Awwal 1447 H
26 Agustus 2025M

Panitia Ujian
Sekretaris
Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI., M.I.Kom



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



IDENTITAS DIRI

Nama : Nurlaili Rahmaini
Tempat/Tanggal Lahir : Perkebunan Ajamu, 20 November 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Anak ke : 1 (Tunggal)
Alamat : Dusun XIII Desa Perk. Ajamu

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : M. Syahir
Nama Ibu : Nurmilia Br. Sitorus
Alamat : Dusun XIII Desa Perk. Ajamu

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SD Negeri 112208 Kec. Panai Hulu
SMP : MTS PP. At-Thoyyibah Pinang Lombang
SMA : MAS PP. At-Thoyyibah Pinang Lombang
Kuliah : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara