

## **CAMPUR KODE INDONESIA–INGGRIS PADA MEME INSTAGRAM @ilovemysself\_but: BENTUK, WUJUD, DAN FAKTOR PENYEBAB**

Haniah Nashiroh<sup>1</sup>, Wanda Davina<sup>2</sup>, Muhammad Faisal Hafiz<sup>3</sup>, Nazwa Dyah  
Ratih<sup>4</sup>, Sontia Ibela Br Saragih<sup>5</sup>, Septriana Simanjuntak<sup>6</sup>, Lasenna Siallagan<sup>7</sup>.

<sup>1234567</sup>Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas  
Negeri Medan, Indonesia

Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli  
Serdang, Sumatera Utara 20371, Indonesia

Surel: [haniah.2243121112@mhs.unimed.ac.id](mailto:haniah.2243121112@mhs.unimed.ac.id)<sup>1</sup>, [wandadavina.2243121013@mhs.unimed.ac.id](mailto:wandadavina.2243121013@mhs.unimed.ac.id)<sup>2</sup>,  
[mhdfaisalhafis@gmail.com](mailto:mhdfaisalhafis@gmail.com)<sup>3</sup>, [nazwadyahratih132@gmail.com](mailto:nazwadyahratih132@gmail.com)<sup>4</sup>, [sontia.2243321041@mhs.unimed.ac.i](mailto:sontia.2243321041@mhs.unimed.ac.id)  
[d<sup>5</sup>,septrianasimanjuntak861@gmail.com](mailto:d5,septrianasimanjuntak861@gmail.com)<sup>6</sup>, [siallaganlasenna@unimed.ac.id](mailto:siallaganlasenna@unimed.ac.id)<sup>7</sup>.

**ABSTRAK:** Penelitian ini menganalisis campur kode bahasa Indonesia dan bahasa Inggris pada meme akun Instagram @ilovemysself\_but dengan memadukan tiga kerangka teori: bentuk menurut Muysken (2000), wujud menurut Suwito (1985), dan faktor penyebab menurut Suandi (2014). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data berupa 38 unsur campur kode dari 28 unggahan meme yang dikumpulkan selama tujuh bulan melalui dokumentasi dan *purposive sampling*. Hasil menunjukkan bahwa *insertion* mendominasi (86,8%), diikuti *alternation* (13,2%), sedangkan *congruent lexicalization* tidak ditemukan. Wujud yang paling dominan adalah kata (68,4%), dengan faktor utama penggunaan istilah yang lebih populer. Ketiga kerangka teori saling menguatkan dan membentuk satu pola yang konsisten.

**Kata Kunci:** campur kode, meme, Instagram, sosiolinguistik, bahasa Inggris.

**ABSTRACT:** This study analyzes Indonesian-English code-mixing in memes on the Instagram account @ilovemysself\_but by combining three frameworks: structural form (Muysken, 2000), linguistic realisation (Suwito, 1985), and motivating factors (Suandi, 2014). A qualitative descriptive approach was used, drawing on 38 code-mixing elements from 28 meme posts collected over seven months through documentation and purposive sampling. Insertion was dominant (86.8%), followed by alternation (13.2%), while congruent lexicalisation was not found. Word-level realisation was the most prevalent (68.4%), and the primary motivating factor was the use of more popular terms. The three frameworks converge into one consistent pattern.

## **PENDAHULUAN**

Bahasa tidak berdiri sendiri dari konteks sosial penggunaannya. Ia berkembang seiring perubahan masyarakat, termasuk transformasi yang dibawa oleh kemajuan teknologi komunikasi. Fishman (1972) mengemukakan bahwa keputusan seseorang dalam memilih bahasa tertentu mencerminkan keterikatan identitas kelompok dan posisi sosialnya dalam kehidupan bermasyarakat. Di tengah perkembangan platform digital yang pesat, dinamika penggunaan bahasa mengalami pergeseran yang signifikan. Media sosial membuka ruang komunikasi

baru yang mendorong percampuran unsur-unsur dari berbagai bahasa, dan di Indonesia, interaksi antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris semakin intensif terutama di kalangan pengguna muda. Nasrullah (2015) menyebutkan bahwa media sosial merupakan sarana berbasis internet yang memberi ruang bagi penggunanya untuk memperkenalkan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, dan membangun jaringan sosial secara daring, sehingga menjadikannya arena bagi beragam variasi dan praktik kebahasaan. Dalam suasana komunikasi yang cair dan informal tersebut, penutur seringkali menggabungkan dua bahasa atau lebih secara bersamaan dalam satu tuturan, sebuah gejala yang dikenal dalam kajian sosiolinguistik sebagai campur kode. Chaer dan Agustina (2010) membedakan campur kode dari alih kode dengan menyatakan bahwa campur kode tidak dipicu oleh tuntutan situasional maupun kontekstual, melainkan terjadi semata-mata akibat kebiasaan dan kenyamanan penutur yang lahir dari kondisi kedwibahasaan, sebagaimana dikemukakan pula oleh Nababan (1993). bahwa motivasi gengsi sosial dan pembentukan identitas kelompok turut mendorong penggunaan campur kode di kalangan anak muda Indonesia di media sosial.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menelaah fenomena campur kode bahasa Indonesia-Inggris di berbagai platform media sosial. Iftitah dkk. (2022) menemukan bahwa penyisipan kata bahasa Inggris ke dalam tuturan berbahasa Indonesia mendominasi data dari akun Instagram @daily.twitter.id. Hafizah dkk. (2026) berhasil mengidentifikasi sebelas faktor yang melatarbelakangi campur kode pada kolom komentar akun Instagram Atta Halilintar. Sutarma dkk. (2024) menemukan dua tipe campur kode dengan dominasi tataran kata dan frasa dalam penggunaan bahasa Indonesia di Facebook. Sementara itu, Widodo dan Purwanto (2026) bersama Saragih dkk. (2026) menerapkan teori Muysken (2000) dalam konteks *podcast* dan menemukan bahwa bentuk penyisipan dan alternasi mendominasi pada berbagai tataran kebahasaan. Namun, studi-studi tersebut berbeda dari penelitian ini dalam objek dan cakupan teorinya. Iftitah dkk. (2022) dan Hafizah dkk. (2026) meneliti Instagram, tetapi pada akun umum dan kolom komentar, bukan pada genre meme. Hafizah dkk. (2026) juga berfokus pada faktor penyebab, sedangkan Sutarma dkk. (2024) berfokus pada tipe campur kode di Facebook. Adapun Widodo dan Purwanto (2026) serta Saragih dkk. (2026) menerapkan Muysken (2000) pada *podcast* tanpa memadukannya dengan tipologi Suwito (1985) dan kerangka faktor Suandi (2014).

Meskipun penelitian-penelitian di atas memberikan sumbangan yang berarti bagi kajian sosiolinguistik, masih terdapat tiga celah yang belum terpenuhi. Pertama, berdasarkan penelusuran penulis, belum ada studi yang secara khusus menjadikan konten meme sebagai objek analisis campur kode dengan mempertimbangkan karakteristik genre-nya yang khas, yaitu teks pendek, padat, dan bermuatan humor. Kedua, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya bertumpu pada satu kerangka teori sehingga gambaran yang diperoleh belum mencakup bentuk, wujud, dan faktor campur kode secara menyeluruh dan

terintegrasi. Ketiga, akun meme @ilovemymself\_but belum pernah diteliti dari perspektif sosiolinguistik. melengkapi pada tiga lapisan analisis: teori Muysken (2000) menjelaskan bagaimana unsur dua bahasa berpadu secara struktural, yaitu melalui penyisipan, alternasi, atau leksikalisasi kongruen; tipologi Suwito (1985) menjelaskan dalam wujud satuan kebahasaan apa percampuran itu hadir; dan kerangka tiga belas faktor Suandi (2014) menjelaskan mengapa penutur melakukannya. Dengan keterpaduan ini, ketiga lapisan dapat diuji kesesuaiannya satu sama lain pada korpus yang sama, misalnya apakah dominasi penyisipan sejalan dengan dominasi satuan kata dan dengan motif penggunaan istilah populer. Melalui penelitian ini, diharapkan tersedia landasan empiris yang memperkaya pengembangan kajian sosiolinguistik digital, terutama dalam memahami dinamika campur kode pada genre meme sebagai wujud komunikasi digital yang kian dominan dalam praktik berbahasa generasi muda Indonesia.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena campur kode bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang terdapat dalam teks meme secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini lebih mengutamakan pemahaman terhadap fenomena yang dikaji daripada generalisasi data secara statistik. Sumber data penelitian ini berasal dari unggahan meme pada akun Instagram @ilovemymself\_but yang dikumpulkan selama tujuh bulan dan menghasilkan sebanyak 28 unggahan. Perlu dicatat bahwa tidak semua unggahan hanya memuat satu unsur campur kode saja, sebab beberapa unggahan mengandung lebih dari satu unsur dalam satu teks meme yang sama. Oleh sebab itu, satuan analisis dalam penelitian ini bukan unggahan, melainkan unsur campur kode yang ditemukan. Setelah melalui proses identifikasi, diperoleh 38 unsur campur kode bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang selanjutnya dianalisis sebagai data penelitian.

Akun @ilovemymself\_but dipilih karena secara konsisten menampilkan fenomena campur kode bahasa Indonesia dan bahasa Inggris dalam konten memenuya sehingga dianggap mampu menyediakan data yang relevan dan kaya untuk dianalisis. Pemilihan ini tidak dimaksudkan untuk merepresentasikan seluruh akun meme di Instagram, melainkan untuk mengkaji fenomena campur kode secara mendalam pada konteks yang spesifik.

Penetapan rentang waktu tujuh bulan dalam pengambilan data didasarkan pada pertimbangan kecukupan data. Dalam penelitian kualitatif, tidak terdapat patokan baku mengenai durasi pengambilan data karena hal tersebut bergantung pada kebutuhan dan karakteristik masing-masing penelitian. Periode tujuh bulan dipandang memadai karena dalam rentang waktu tersebut data yang terkumpul sudah cukup bervariasi, pola campur kode yang muncul sudah mulai berulang,

dan gambaran penggunaan bahasa pada akun yang diteliti sudah terlihat relatif konsisten.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, yaitu dengan cara membaca dan mencatat teks meme dari setiap unggahan akun @ilovemysself\_but, kemudian mengidentifikasi unsur-unsur bahasa Inggris yang muncul di dalam teks berbahasa Indonesia. Sebagaimana yang berlaku dalam penelitian kualitatif, instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Sebagai alat bantu, digunakan tabel klasifikasi data yang memuat teks meme, unsur campur kode yang ditemukan, serta kategori analisis berdasarkan teori yang digunakan.

Analisis data dilakukan melalui empat tahap. Tahap pertama adalah identifikasi dan penentuan batas unsur campur kode. Teks setiap meme dibaca secara utuh, lalu dipilah menjadi bagian berbahasa Indonesia sebagai bahasa matriks dan bagian berbahasa Inggris sebagai unsur campur kode. Satu unsur campur kode didefinisikan sebagai satu satuan berbahasa Inggris yang berdiri utuh dalam tuturan berbahasa Indonesia. Rangkaian kata Inggris yang berurutan dan membentuk satu frasa atau klausa gramatikal (misalnya *me time*, *at least I did my best*) dihitung sebagai satu unsur, bukan dipecah per kata. Unsur Inggris yang dipisahkan oleh kata Indonesia dihitung sebagai unsur terpisah. Kata Indonesia yang diberi afiks atau bentuk Indonesia pada dasar Inggris (misalnya *badmood*, *keborosanku*) dikenali sebagai bentuk baster. Sesuai dengan itu, satuan analisis adalah unsur, dan 28 unggahan menghasilkan 38 unsur. satu posisi gramatikal di dalam struktur kalimat bahasa Indonesia sehingga kerangka sintaksis bahasa Indonesia tidak berubah dan bahasa Inggris hanya berperan sebagai pengisi leksikal. Suatu unsur diklasifikasikan sebagai *alternation* apabila frasa atau klausa Inggris tersusun menurut struktur gramatikal bahasa Inggris sendiri dan terjadi pergantian bahasa pada batas klausa atau frasa, sehingga bagian berbahasa Inggris dan bagian berbahasa Indonesia berdiri sebagai segmen yang masing-masing mengikuti tata bahasanya. Suatu unsur diklasifikasikan sebagai *congruent lexicalization* apabila kedua bahasa berbagi struktur gramatikal yang sama dan unsur keduanya bergantian secara bebas dalam struktur tersebut. Apabila suatu unsur dapat dibaca ganda, keputusan diambil berdasarkan ada tidaknya struktur gramatikal Inggris yang lengkap pada unsur tersebut.

Tahap ketiga adalah klasifikasi wujud menurut Suwito (1985) berdasarkan satuan linguistik unsur Inggris: kata, frasa, baster, perulangan kata, ungkapan atau idiom, dan klausa. Tahap keempat adalah penetapan faktor penyebab menurut Suandi (2014). Setiap unsur dibaca bersama konteks meme-nya, yaitu topik, nada humor, dan siapa yang seolah-olah bertutur, kemudian dicocokkan dengan deskripsi tiga belas faktor Suandi. Satu unsur ditetapkan pada satu faktor yang paling dominan menjelaskan kehadiran unsur tersebut. Faktor yang tidak memiliki data pendukung tidak dilaporkan.

Setelah klasifikasi, data dipaparkan secara deskriptif dengan menyajikan distribusi frekuensi dan persentase tiap kategori beserta contoh data yang representatif, kemudian diinterpretasikan untuk menjawab ketiga rumusan masalah secara sistematis dan untuk menguji keterkaitan antartemuan dari ketiga kerangka teori. Keabsahan data dijaga melalui ketekunan dalam mengidentifikasi unsur campur kode, kecermatan dalam menerapkan kategori dan kriteria di atas secara konsisten pada setiap data, serta penelaahan ulang terhadap data yang dapat dibaca ganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Penelitian ini menganalisis 28 postingan meme pada akun Instagram @ilovemysself\_but dan memperoleh 38 unsur campur kode bahasa Indonesia–Inggris sebagai data penelitian. Seluruh data diklasifikasikan sesuai teori yang digunakan dengan mengikuti kriteria pada bagian Metode, kemudian disajikan melalui distribusi frekuensi, contoh data representatif, dan interpretasi.

### Bentuk Campur Kode Bahasa Indonesia–Inggris

Analisis bentuk campur kode dilakukan berdasarkan teori Muysken (2000), yaitu *insertion* (penyisipan), *alternation* (alternasi), dan *congruent lexicalization* (leksikalisasi kongruen). Dari 38 unsur campur kode, data didominasi oleh bentuk *insertion* dan *alternation*, sedangkan *congruent lexicalization* tidak ditemukan. Distribusinya disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Distribusi Bentuk Campur Kode

| Bentuk Campur Kode                                  | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----------------------------------------------------|-----------|----------------|
| <i>Insertion</i> (penyisipan)                       | 33        | 86.8           |
| <i>Alternation</i> (pengganti)                      | 5         | 13.2           |
| <i>Congruent Lexicalization</i> (leksikal kongruen) | 0         | 0              |
| <b>Total</b>                                        | <b>38</b> | <b>100</b>     |

Pada konten meme akun @ilovemysself\_but, pola campur kode yang paling banyak muncul adalah penyisipan (86,8%). Alternasi hanya tercatat 13,2%, sementara leksikalisasi kongruen tidak dijumpai. Tingginya angka penyisipan mencerminkan kecenderungan penutur bilingual memanfaatkan elemen bahasa Inggris sebatas pelengkap leksikal, tanpa menggantikan kerangka sintaksis bahasa Indonesia sebagai bahasa pokok tuturan. Tidak ditemukannya leksikalisasi kongruen sesuai dengan kriteria yang digunakan: bahasa Indonesia dan bahasa Inggris tidak berbagi kerangka gramatikal yang sama dalam data, sehingga tidak ada unsur yang bergantian bebas pada satu struktur bersama.

*Contoh Data 1*

"Gen Z isi kepalanya sekarang bukan nikah, tp gimana caranya **wishlist** mereka kecapai satu persatu."

Unsur campur kode: *wishlist*.

Data ini diklasifikasikan sebagai *insertion* karena *wishlist* menempati posisi nomina (subjek dari predikat *kecapai*) dalam struktur kalimat bahasa Indonesia. Unsur Inggris hadir sebagai tambahan leksikal, sedangkan pola utama tuturan tetap bahasa Indonesia.

*Contoh Data 2*

"aku : **overthinking** soal masa depan, takut ga jadi apa-apa." Unsur campur kode: *overthinking*.

Data ini termasuk *insertion* karena *overthinking* mengisi posisi predikat dalam struktur bahasa Indonesia tanpa mengubah susunan utama kalimat. Penggunaan unsur tersebut menunjukkan pencampuran pada tingkat leksikal.

**Alternation (alternasi).** Bentuk ini ditemukan sebanyak 5 data dan ditandai oleh pergantian bahasa Inggris dan bahasa Indonesia pada batas klausa atau frasa dalam satu tuturan.

*Contoh Data 1*

"**i love single era**, but tiap malam bingung mau yapping ke siapa." Unsur campur kode: *I love single era*.

Data ini termasuk *alternation* karena klausa bahasa Inggris pada awal tuturan tersusun menurut struktur gramatikal Inggris (subjek–predikat–objek) dan berdiri sebagai segmen sendiri sebelum diikuti struktur bahasa Indonesia. Perpindahan kode terjadi pada batas klausa dalam satu kalimat.

*Contoh Data 2*

"**good morning** sayaangkuu duniaaku." Unsur campur kode: *Good morning*.

Data ini dikategorikan sebagai *alternation* karena frasa bahasa Inggris yang utuh secara gramatikal diikuti unsur bahasa Indonesia, sehingga terjadi pergantian bahasa secara langsung pada batas frasa.

### **Wujud Campur Kode yang Paling Dominan**

atau idiom, dan klausa. Dari 38 data ditemukan empat wujud, yaitu kata, frasa, baster, dan klausa, sedangkan perulangan kata serta ungkapan atau idiom tidak ditemukan.

**Tabel 2. Distribusi Wujud Campur Kode**

| No           | Wujud Campur Kode                        | Frekuensi | Persentase (%) |
|--------------|------------------------------------------|-----------|----------------|
| 1            | Unsur yang berwujud kata yang disisipkan | 26        | 68,4           |
| 2            | Frasa yang disisipkan                    | 6         | 15,8           |
| 3            | Bentuk baster yang disisipkan            | 3         | 7,9            |
| 4            | Klausa yang disisipkan                   | 3         | 7,9            |
| 5            | Perulangan kata yang disisipkan          | 0         | 0              |
| 6            | Ungkapan atau idiom yang disisipkan      | 0         | 0              |
| <b>Total</b> |                                          | <b>38</b> | <b>100</b>     |

Bentuk yang paling sering muncul adalah penyisipan unsur berupa kata, yaitu 26 data (68,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa kata bahasa Inggris lebih mendominasi dibandingkan wujud lainnya. Contohnya antara lain *wishlist*, *princess*, *weekend*, *support*, dan *overthinking*. Kosakata tersebut populer di kalangan pengguna media sosial karena dianggap lebih ringkas, ekspresif, serta mudah digunakan dalam komunikasi sehari-hari.

Selain kata, ditemukan campur kode berbentuk frasa sebanyak 6 data (15,8%), misalnya *single era*, *slow respon*, dan *me time*. Bentuk baster dan klausa masing-masing tercatat 3 data (7,9%). Perulangan kata maupun ungkapan atau idiom tidak ditemukan dalam keseluruhan data.

### **Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Penggunaan Campur Kode**

Menurut Suandi (2014:147), campur kode dapat terjadi karena tiga belas faktor, yaitu keterbatasan dalam penggunaan kode, penggunaan istilah yang lebih populer, untuk membangkitkan rasa humor, pembicara dan kepribadiannya, mitra bicara, tempat dan waktu berlangsungnya pembicaraan, modus pembicaraan, topik yang dibahas, fungsi dan tujuan, ragam dan tingkat tutur bahasa, kehadiran penutur ketiga, pokok pembicaraan, dan untuk sekadar gengsi. Berdasarkan analisis terhadap 38 data, tidak semua faktor tersebut ditemukan. Penetapan faktor dilakukan dengan membaca setiap unsur bersama konteks meme-nya, lalu menempatkannya pada satu faktor yang paling dominan menjelaskan kehadiran unsur tersebut.

**Tabel 3. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Campur Kode**

| No. Faktor                               | Deskripsi                                                                                                                          | Contoh                                                                                            |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Penggunaan istilah yang lebih populer | Campur kode muncul karena penggunaan kosakata bahasa Inggris yang sudah umum dan sering digunakan dalam komunikasi di media sosial | <i>wishlist, circle, POV, skip, excited, weekend, slow respon, badmood, me time, overthinking</i> |
| 2. Membangkitkan rasa humor              | Campur kode digunakan untuk menciptakan efek lucu melalui penggabungan bahasa yang tidak biasa                                     | <i>This is ngantukan, support keborosanku</i>                                                     |
| 3. Pembicara dan pribadi pembicara       | Campur kode digunakan sebagai sarana untuk mengekspresikan perasaan dan membangun citra diri penutur                               | <i>I love single era, at least I did my best, princess</i>                                        |
| 4. Fungsi dan tujuan                     | Campur kode digunakan untuk memperkuat makna dan menciptakan kesan tertentu dalam penyampaian pesan                                | <i>good morning, my love</i>                                                                      |
| 5. Ragam dan tingkat tutur bahasa        | Campur kode mencerminkan penggunaan bahasa yang santai dan tidak formal dalam komunikasi di media sosial                           | <i>but, and, when lo...</i>                                                                       |

Ditemukan lima faktor yang melatarbelakangi campur kode pada meme akun @ilovemymself\_but berdasarkan teori Suandi (2014). Faktor yang paling dominan adalah penggunaan istilah yang lebih populer, terlihat dari kosakata yang akrab dalam komunikasi media sosial seperti *wishlist, POV, weekend, me time, slow respon*, dan *overthinking*. Istilah tersebut digunakan karena dianggap lebih umum, praktis, dan sesuai dengan gaya bahasa anak muda di media sosial.

Campur kode juga digunakan untuk membangkitkan rasa humor, seperti pada *this is ngantukan* dan *support keborosanku*. Perpaduan unsur dua bahasa dalam bentuk yang tidak biasa menghasilkan kesan unik, lucu, dan menghibur. Faktor pembicara dan kepribadiannya terlihat pada *I love single era, at least I did my best*, dan *princess*, yang menunjukkan upaya penutur mengekspresikan perasaan, membangun citra diri, dan menampilkan gaya komunikasi tertentu. Faktor fungsi dan tujuan ditemukan pada *good morning* dan *my love*, yang menambah kesan akrab, hangat, dan ekspresif. Adapun faktor ragam dan tingkat tutur bahasa terlihat pada kata *but, and, dan when* yang disisipkan dalam kalimat berbahasa Indonesia, yang menunjukkan ragam santai dan informal yang umum di media sosial.

## Pembahasan

### Bentuk Campur Kode Bahasa Indonesia–Inggris pada Meme Akun @ilovemymself\_but

Bentuk campur kode yang paling dominan adalah *insertion* (86,8%), sedangkan *alternation* hanya 13,2% dan *congruent lexicalization* tidak ditemukan. Dominasi *insertion* menunjukkan bahwa bahasa Inggris dalam meme lebih berfungsi sebagai unsur leksikal tambahan daripada pengganti struktur utama bahasa Indonesia. Temuan ini sejalan dengan teori Muysken (2000) yang menjelaskan bahwa *insertion* terjadi ketika unsur suatu bahasa disisipkan ke dalam struktur bahasa lain tanpa mengubah pola sintaksis utamanya. Data seperti *wishlist*, *overthinking*, dan *support* memperlihatkan bahwa bahasa Indonesia tetap menjadi bahasa matriks, sedangkan bahasa Inggris digunakan untuk memperkuat ekspresi, efektivitas pesan, dan daya komunikatif dalam media digital. Dengan demikian, campur kode pada meme lebih merepresentasikan strategi ekspresif dan retorik daripada perpindahan sistem bahasa secara penuh.

Dominannya *insertion* juga memperlihatkan konvergensi kebahasaan sebagaimana dijelaskan oleh Suwito (1985, dalam SusyLOWATI dkk., 2024) dan Suandi (2014, dalam SusyLOWATI dkk., 2024), yakni ketika unsur bahasa Inggris telah menyatu dalam praktik komunikasi bilingual generasi muda di media sosial. Rendahnya *alternation* menunjukkan bahwa pembuat meme cenderung memilih bentuk yang lebih sederhana, cepat dipahami, dan sesuai dengan karakter komunikasi digital yang singkat serta kontekstual. Tidak ditemukannya *congruent lexicalization* menegaskan bahwa bahasa Inggris dalam meme lebih berfungsi sebagai penanda ekspresif daripada pembentuk struktur bilingual yang kompleks. Temuan ini memperkuat penelitian Ifitah dkk. (2022) bahwa campur kode di Instagram umumnya muncul melalui penyisipan kata dan frasa bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia, sekaligus memperluas temuan tersebut ke genre meme yang bercirikan teks pendek dan humor.

### **Wujud Campur Kode yang Paling Dominan**

Berdasarkan Suwito (dalam SusyLOWATI dkk., 2024), unsur berwujud kata menjadi wujud yang paling dominan dengan persentase 68,4%. Dominasi tersebut menunjukkan bahwa campur kode pada meme lebih banyak diwujudkan melalui unsur leksikal sederhana daripada bentuk linguistik yang lebih kompleks. Penggunaan kata seperti *wishlist*, *weekend*, *princess*, dan *overthinking* memperlihatkan bahwa kosakata bahasa Inggris telah mengalami naturalisasi dalam budaya komunikasi digital generasi muda. Bahasa Inggris digunakan bukan hanya karena lebih ringkas, tetapi juga karena memiliki nilai pragmatis dan simbolik yang dianggap lebih ekspresif, modern, dan relevan dengan budaya internet. Campur kode tingkat kata dengan demikian berfungsi sebagai penanda gaya komunikasi digital yang cepat, informal, dan komunikatif.

Rendahnya frekuensi frasa, baster, dan klausa serta tidak ditemukannya idiom maupun perulangan kata menunjukkan bahwa bahasa media sosial mengutamakan efisiensi linguistik dan keterbacaan cepat. Hal ini sejalan dengan pandangan Suwito (1985, dalam SusyLOWATI dkk., 2024) bahwa unsur campur

kode yang telah menyatu dalam bahasa utama tidak lagi memiliki fungsi mandiri, melainkan mendukung fungsi komunikasi secara keseluruhan. Dominasi unsur kata memperlihatkan bahwa campur kode pada meme tidak hanya dipengaruhi faktor kebahasaan, tetapi juga dibentuk oleh karakter komunikasi digital yang singkat, fleksibel, dan mudah dikenali audiens.

### **Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Penggunaan Campur Kode**

Berdasarkan Suandi (2014, dalam SusyLOWATI dkk., 2024), ditemukan lima faktor utama, yaitu penggunaan istilah yang lebih populer, membangkitkan rasa humor, pembicara dan pribadi pembicara, fungsi dan tujuan, serta ragam dan tingkat tutur bahasa. Faktor yang paling dominan adalah penggunaan istilah populer, terlihat pada kata seperti *wishlist*, *POV*, *me time*, dan *overthinking* yang telah menjadi bagian dari kosakata umum media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa bahasa Inggris digunakan bukan sekadar sebagai bahasa asing, tetapi sebagai bagian dari budaya komunikasi digital generasi muda, dan mendukung pendapat Pratiwi dkk. (2026) bahwa campur kode berkaitan dengan kebutuhan identitas kelompok dan budaya populer di media sosial.

Selain itu, campur kode berfungsi membangun humor dan mengekspresikan identitas diri. Ungkapan *this is ngantukan* dan *support keborosanku* menunjukkan bahwa humor muncul melalui pencampuran dua bahasa dalam konteks informal, sedangkan *I love single era* dan *at least I did my best* memperlihatkan penggunaan bahasa Inggris untuk membangun citra diri yang modern, santai, dan emosional. Campur kode tidak hanya berfungsi referensial, tetapi juga memiliki peran interpersonal dan simbolik sebagai bagian dari penampilan identitas sosial pengguna media digital. Faktor fungsi dan tujuan serta ragam dan tingkat tutur menunjukkan bahwa campur kode dipengaruhi situasi komunikasi yang informal, fleksibel, dan ekspresif. Penggunaan *good morning*, *my love*, *but*, dan *when* menunjukkan bahwa bahasa Inggris memperkuat nuansa komunikatif tertentu tanpa menggeser dominasi bahasa Indonesia sebagai bahasa utama, sejalan dengan Suandi (2014, dalam SusyLOWATI dkk., 2024) bahwa campur kode umumnya muncul dalam situasi santai akibat kebiasaan komunikasi bilingual penutur.

### **Keterpaduan Temuan dari Ketiga Kerangka Teori**

Penggunaan tiga kerangka teori memperlihatkan bahwa ketiga lapisan analisis saling menguatkan. Pada lapisan struktur, penyisipan mendominasi (86,8%), artinya bahasa Indonesia tetap menjadi kerangka kalimat. Pada lapisan wujud, penyisipan tersebut paling banyak berupa satuan kata (68,4%), artinya yang disisipkan adalah pengisi leksikal yang ringkas. Pada lapisan faktor, motif yang paling dominan adalah penggunaan istilah yang lebih populer, artinya satuan kata tersebut dipilih karena sudah akrab dalam kosakata media sosial. Ketiganya membentuk satu pola yang konsisten: penutur memanfaatkan kosakata Inggris yang populer sebagai pengisi leksikal ringkas dalam kerangka bahasa Indonesia. Pola ini lebih sulit terlihat apabila hanya satu kerangka yang digunakan.

Alternasi yang jumlahnya terbatas (13,2%) juga berkaitan dengan faktor yang lebih bernuansa afektif dan identitas, seperti pembicara dan kepribadiannya serta fungsi dan tujuan, misalnya pada *i love single era* dan *good morning*. Hubungan ini bersifat deskriptif pada korpus yang dianalisis dan tidak dimaksudkan sebagai generalisasi untuk seluruh meme berbahasa campuran.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa campur kode bahasa Indonesia–Inggris pada meme akun Instagram @ilovemysself\_but didominasi oleh penyisipan (*insertion*) menurut Muysken (2000), dengan bahasa Indonesia sebagai bahasa matriks dan unsur bahasa Inggris sebagai sisipan leksikal yang memperkuat ekspresi serta efektivitas pesan. Alternasi ditemukan dalam jumlah terbatas dan leksikalisasi kongruen tidak teridentifikasi. Secara formal, campur kode didominasi satuan kata berdasarkan klasifikasi Suwito (1985, dalam Susylowati dkk., 2024), yang mencerminkan orientasi komunikasi digital terhadap efisiensi linguistik dan keterbacaan cepat. Faktor pendorong yang paling signifikan adalah penggunaan istilah yang lebih familiar, tercermin dari terintegrasinya kosakata seperti *wishlist*, *POV*, *overthinking*, dan *me time* dalam komunikasi digital sehari-hari, diikuti pembangkitan humor, karakter dan kepribadian pembicara, fungsi dan tujuan, serta variasi tingkat tutur menurut Suandi (2014, dalam Susylowati dkk., 2024).

Kontribusi penelitian ini terletak pada dua hal. Pertama, penelitian ini memberikan gambaran empiris campur kode pada genre meme di akun yang belum pernah diteliti. Kedua, keterpaduan tiga kerangka teori memperlihatkan bahwa bentuk, wujud, dan faktor campur kode membentuk satu pola yang konsisten, sehingga campur kode pada meme tidak hanya merupakan fenomena linguistik, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial, budaya digital, dan konstruksi identitas generasi muda dalam ruang komunikasi daring. Penelitian lanjutan dapat memperluas korpus ke beberapa akun meme, menambahkan verifikasi antarpemilai dalam klasifikasi, atau mengaitkan teks dengan unsur visual meme.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, A., & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal*. Jakarta, Indonesia: Rineka Cipta.
- Fishman, J. A. (1972). *The sociology of language*. Rowley, MA: Newbury House.
- Hafizah, N., Dardanila, & Lubis, R. (2026). Campur kode pada media sosial Instagram
- Atta Halilintar: Kajian sosiolinguistik. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 6(1), 497–506. <https://dmi-journals.org/deiktis/article/view/3068/2034>

- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Iftitah, N., Hambali, & Karumpa, A. (2022). Campur kode bahasa Indonesia dan bahasa.
- Inggris di media sosial Instagram. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 2(2), 103–113.
- Muysken, P. (2000). *Bilingual speech: A typology of code-mixing*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Nababan, P. W. J. (1993). *Sosiolinguistik: Suatu pengantar*. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.
- Pratiwi, C. A., Inaya, R., Hasanah, N., & Sibuea, P. (2026). Campur kode bahasa Indonesia-Inggris dalam media sosial: Antara gengsi sosial dan krisis identitas bahasa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 10(1), 1361–1365. <https://doi.org/10.31004/jptam.v10i1.36197>
- Saragih, E. L., Haloho, A. S., Purba, S., Naibaho, N., Tambun, W. A., & Sitorus, M. (2026). Fenomena campur kode bahasa Indonesia–Inggris dalam podcast "Mama Jedar Bareng El". *Jurnal Dinamika Pendidikan Nusantara*, 7(1), 143–155. <https://ejournals.com/ojs/index.php/jdpm/article/view/4573>
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Suandi, I. N. (2014). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta, Indonesia: Graha Ilmu.
- Susylowati, E., Zakiyah, F., Sandy, D. K., & Cicilia, V. D. (2024). *Sosiolinguistik: Teori dan aplikasi*. Klaten, Indonesia: Penerbit Underline.
- Sutarma, I. G. P., Jendra, I. W., & Sadiyani, N. W. (2024). Campur kode dalam penggunaan bahasa Indonesia di media sosial "Facebook." Dalam *Prosiding Seminar Nasional Riset Linguistik dan Pengajaran Bahasa (SENARILIP VIII)* (Vol. 8, pp. 131–142). Denpasar, Indonesia: Politeknik Negeri Bali. <https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/SENARILIP/article/view/2214>
- Suwito. (1985). *Pengantar awal sosiolinguistik: Teori dan problema*. Surakarta, Indonesia: Henary Offset.
- Trudgill, P. (1974). *Sociolinguistics: An introduction*. Harmondsworth, England: Penguin.
- Widodo, N., & Purwanto, J. (2026). Campur kode bahasa Indonesia–Inggris dalam podcast Rintik Sedu episode "Mengagumimu dari Jauh" #berKata: Kajian sosiolinguistik. *Jurnal Media Akademik*, 4(1), 1–12. <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/5866751>