



---

**ANALISIS KOMUNIKASI WALI KOTA SURABAYA UNTUK MENEKAN KASUS COVID-19 DALAM PERSPEKTIF SOSIOLINGUISTIK**

**Moh Khoirul Anam<sup>1</sup>, Ariza Qurrata A'yun<sup>2</sup>**

<sup>1-2</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

<sup>1</sup>moh.khoirul.anam@uinsby.ac.id, <sup>2</sup>arizaqurrata@uinsby.ac.id

---

**Article Info**

**Article history:**

Received 10 Februari 2022

Accepted 8 Maret 2022

Published 1 April 2022

**Keyword:**

*Komunikasi, Covid-19, Sociolinguistik*

**Abstract**

*This study discusses the involvement of text and social elements in producing texts used for mass communication through a sociolinguistic perspective. The purpose of this study is to elaborate on sociolinguistic factors of the Surabaya Mayor's appeal in handling Covid-19. The method used in this study is descriptive qualitative. The primary data of the research is the recorded audio of the appeal of the mayor of Surabaya. The results have revealed that the communicator uses a specific diction that aims to bring social distance closer to the communicant. Various dictions are used with the pronouns Kita/Kami, Saya, Kulo, and Jenengan. In addition, communicators also use Javanese as a form of ethnic solidarity and, in a certain part, communicators use Arabic to show aspects of religiosity.*

*Penelitian ini membahas pelibatan unsur teks dan sosial dalam memproduksi teks yang digunakan untuk komunikasi masa melalui perspektif sosiolinguistik. Artikel ini bertujuan untuk membahas faktor-faktor sosiolinguistik dalam imbauan Wali Kota Surabaya tentang penanganan Covid-19. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah kualitatif deskriptif. Data primer penelitian ini adalah rekaman audio imbauan walikota Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikator menggunakan diksi tertentu yang bertujuan untuk mendekatkan jarak sosial dengan komunikan. Berbagai diksi yang digunakan pronomina Kita/Kami, Saya, Kulo, dan Jenengan. Selain itu, komunikator juga menggunakan bahasa Jawa sebagai bentuk solidaritas etnis dan pada bagian-bagian tertentu, komunikator menggunakan bahasa Arab untuk menunjukkan aspek religiusitas.*

Copyright © 2022 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

---

**Editorial Office:**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: [jurnalilkom@uinsby.ac.id](mailto:jurnalilkom@uinsby.ac.id)

## Pendahuluan

Covid-19 telah memberikan dampak yang sangat serius terhadap seluruh kehidupan di seluruh dunia. Di luar apakah dampak yang dihasilkan mengarah pada perbaikan tatanan atau bahkan justru membuat tatanan kehidupan menjadi terganggu. Covid-19 secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi bagaimana sistem kehidupan yang sudah berjalan mau tidak mau harus disesuaikan dengan keadaan. Pengaruh yang paling kentara adalah dibatasinya interaksi sosial secara fisik.

Pemerintah Republik Indonesia mengumumkan kasus covid-19 masuk ke Indonesia mulai Maret 2020. Puncak lonjakan kasus sampai sekarang terjadi sebanyak dua kali, yaitu pada Juli 2021 dan Januari 2022.<sup>1</sup> Lonjakan ini berbanding lurus dengan jumlah kasus baru yang muncul di setiap provinsi di Indonesia, termasuk di Jawa Timur. Jawa Timur sampai saat ini menempati posisi ke-4 terbesar jumlah kasus terkonfirmasi yang ada di Indonesia. Jika dibandingkan dengan kota dan kabupaten yang ada di Jawa Timur, Kota Surabaya menjadi penyumbang kasus paling besar dibandingkan dengan kabupaten dan kota lainnya.<sup>2</sup>

Jumlah kasus Covid-19 terkonfirmasi di Surabaya, tentu membuat pemerintah kota Surabaya berupaya untuk menekan kasus baru Covid-19 di wilayah Surabaya. Salah satu cara yang digunakan oleh pemerintah kota adalah dengan

memberikan imbauan berupa rekaman suara Wali Kota Surabaya, Eri Cahyadi, yang ditempatkan pada lampu lalu lintas atau *traffic light* yang ada di Surabaya. Dari pengamatan, durasi rekaman yang diputar di *traffic light* antara 1-1,5 menit. Hal ini tampaknya disesuaikan dengan lamanya lampu merah menyala.

Imbauan yang berupa teks ujar tersebut tidak bisa dilepaskan dari bagaimana teks itu diproduksi dan untuk siapa teks itu diberikan. Dari sisi bahasa, konstruksi struktur teks, pemilihan diksi, penggunaan pronomina bisa dilihat bagaimana produsen teks memosisikan diri dalam proses tindak ujar atau komunikasi. Selain itu, dari sisi sosial, untuk siapa teks itu diberikan, dalam kondisi seperti apa, dan untuk tujuan apa teks itu diproduksi juga bisa digunakan sebagai faktor untuk melihat posisi komunikator terhadap komunikan. Tidak hanya itu, penggunaan varian bahasa dalam teks imbauan juga dapat menunjukkan seberapa dekat produsen teks atau komunikator memosisikan dirinya terhadap komunikan.

Dilihat dari tipologi masyarakat Surabaya, selain menggunakan bahasa Indonesia terutama dalam kondisi formal, penggunaan bahasa dalam komunikasi keseharian pendudukan Surabaya didominasi oleh penggunaan bahasa Jawa yang masih sangat kuat. Sehingga, seperti di daerah Jawa lainnya, bahasa Indonesia bukan satu-satunya bahasa yang digunakan dalam komunikasi. Mencampurkan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa atau bahasa

<sup>1</sup> Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, "Tren Pertambahan Kasus Konfirmasi, Sembuh dan Meninggal Covid-19 di Indonesia," di akses pada 5 Januari 2022. <https://www.kemkes.go.id/article/view/200129000>

02/Kesiapsiagaan-menghadapi-Infeksi-Novel-Coronavirus.html

<sup>2</sup> Jatim Tanggap Covid 19, "Peta Covid-19 Jatim," di akses pada 5 Januari 2022. <https://infocovid19.jatimprov.go.id/>

lainnya kerap dilakukan dalam proses komunikasi. Pencampuran bahasa dalam *repertoire* komunikator dan komunikan,<sup>3</sup> juga disebut alih kode (berikutnya disebut *kode*)<sup>4</sup> ini dilakukan dalam upaya supaya makna semantis-pragmatis yang dikandung dalam bahasa dapat disampaikan dengan tepat dan secara tepat juga dapat dikomprehensi oleh komunikan. Dalam kultur masyarakat Jawa, misalnya, penggunaan bahasa Jawa dalam kondisi tertentu tidak bisa digantikan dengan bahasa Indonesia. Hal ini mengingat bahasa Jawa merupakan bahasa honorifik dengan varian *kode* yang lebih komprehensif dibandingkan dengan bahasa Indonesia; Misalnya, *kode* berbeda akan digunakan kepada orang yang lebih tua atau orang yang dihormati.

Pentingnya posisi kode dalam mengonstruksi teks membuat produsen teks perlu memberikan perhatian terhadap unsur-unsur baik yang berasal dari dalam teks itu sendiri, misalnya unsur sintagmatis dan paradigmatik teks, serta unsur di luar

teks juga perlu diperhatikan, seperti unsur yang berasal dari sisi sosial. Hal ini penting untuk dilakukan terutama di masyarakat multilingual, terlebih lagi untuk keperluan komunikasi masa seperti dalam teks imbauan penanggulangan Covid-19 yang dilakukan oleh pemerintah Kota Surabaya.

Sudah cukup banyak penelitian yang mengkaji tentang analisis komunikasi. Penelitian-penelitian yang mengkaji tentang analisis komunikasi dilakukan dalam area yang berbeda-beda, misalnya pada area bisnis, seperti penelitian yang dilakukan Anggraini dan Adawiyah,<sup>5</sup> dan yang dilakukan oleh Lasmi, dkk.<sup>6</sup>

Penelitian-penelitian tersebut juga membahas di area media sosial seperti pada Instagram<sup>7</sup> dan Twitter.<sup>8</sup> Area konseling juga masuk dalam topik penelitian analisis komunikasi misalnya penelitian tentang *interpersonal* seperti yang dilakukan oleh Mataputun dan Saud,<sup>9</sup> Rahman Hakim dan Fadillah,<sup>10</sup> Wijaya dan Tamburian,<sup>11</sup> dan analisis konseling pada siswa, seperti yang dilakukan oleh Rohaina.<sup>12</sup> Area-area

<sup>3</sup> Allan Bell, *The Guidebook to Sociolinguistics* (New Jersey: Wiley, Blackwell, 2014), 113, <https://3lib.net/md5/73A3B34D59D581A0609F4E486FD0BC57>.

<sup>4</sup> Kode dalam sosiolinguistik adalah bentuk varian teks, termasuk tuturan. Kode dapat berupa bahasa, dialek, aksen, ragam (baku dan nonbaku), dan bentuk lainnya yang menunjukkan entitas suatu teks.

<sup>5</sup> Lisa Anggraini and El Adawiyah, "Analisis Komunikasi Bisnis Telkomsel," *Persepsi: Communication Journal* 5, no. 1 (2022): 52–60, <https://doi.org/10.30596/persepsi.v5i1.9305>.

<sup>6</sup> Aida Lasmi et al., "Analisis Komunikasi Dalam Bisnis," *Dawatuna Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 1, no. 2 (2022): 96–107, <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v2i1.506>.

<sup>7</sup> Violita Saffira, Gisela Hennita, Meisy Efna Prisyilia, "Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Frelynshop Dalam Meningkatkan Brand Image," *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 227–40, <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.788>.

<sup>8</sup> Retno Agus Setiawan and Djoko Budiyanoto Setyohadi, "Analisis Komunikasi Sosial Media Twitter Sebagai Saluran Layanan Pelanggan Provider Internet Dan Seluler Di Indonesia," *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence* 3, no. 1 (2017): 16, <https://doi.org/10.20473/jisebi.3.1.16-25>.

<sup>9</sup> Yulius Mataputun and Habel Saud, "Analisis Komunikasi Interpersonal Dan Penyesuaian Diri Remaja," *Jurnal Konseling Dan Pendidikan* 8, no. 1 (2020): 32–37, <https://doi.org/10.29210/140800>.

<sup>10</sup> Uky Firmansyah Rahman Hakim and Rima Fadillah, "Anak Autis Sebagai Mad'u Dakwah: Analisis Komunikasi Interpersonal," *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 2 (2020): 87, <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.4702>.

<sup>11</sup> Kevin Wijaya and Daniel Tamburian, H.H., "Analisis Komunikasi Antarpribadi Pelaku Transgender Dengan Keluarga," *Koneksi* 3, no. 1 (2019): 41, <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6143>.

<sup>12</sup> Rohaina Rohaina, "Perkembangan Bahasa Anak: Analisis Komunikasi Siswa," *Journal of Basic*

lainnya misalnya tentang poster,<sup>13</sup> partai politik Islam,<sup>14</sup> layanan publik,<sup>15</sup> dan analisis komunikasi CSR.<sup>16</sup>

Jika dilihat dari berbagai penelitian di atas, tidak ada penelitian yang membahas analisis komunikasi dari area kebahasaan, dalam hal ini perspektif linguistik. Jika selama ini penelitian hanya fokus pada komunikasi pada tataran fungsinya, pembahasan strategi komunikasi dari sisi linguistik, dalam hal ini sosiolinguistik, perlu untuk dilakukan.

Hal ini karena komunikasi tidak bisa terlepas dari teks baik teks tulis maupun teks ujar. Dari hal tersebut, tulisan ini akan melihat komunikasi dalam perspektif sosiolinguistik yaitu sejauh mana penggunaan unsur dari dalam teks itu sendiri dan dari unsur sosial dalam teks imbauan Wali Kota Surabaya dalam menekan kasus Covid-19 di Surabaya. Penelitian ini dibatasi pada penggunaan pronomina dan alih kode.

### Alih Kode

Dalam proses komunikasi, terjadinya alih kode dapat didasarkan atas keadaan yang jelas atau tidak jelas, atau keadaan yang terabaikan karena komunikator fokus pada keadaan yang kurang terobservasi.<sup>17</sup>

Menurut Muysken, ada 2 jenis alih kode: menurut perspektif sosiolinguistik dan menurut perspektif gramatika.<sup>18</sup>

Dalam perspektif sosiolinguistik, ada dua bentuk: situasional dan metaforikal. Alih kode situasional terjadi ketika faktor eksternal mempengaruhi pengalihan kode, sedangkan alih kode metaforikal terjadi ketika komunikator mengalihkan kode pada kode yang lainnya dalam konteks pembahasan yang pada umumnya dibahas pada domain/wilayah pembicaraan yang lainnya.

Dalam perspektif gramatika, ada 5 jenis alih kode: *inter-sentential*, *Extra-sentential/embelmatic/tag*, *intra-sentential*, *single word* dan *word-internal*. *inter-sentential* terjadi ketika ada hubungan antara dua klausa berbeda kalimat atau dua klausa dalam satu kalimat; *Extra-sentential/embelmatic/tag* terjadi ketika ada kata, frasa, atau klausa yang ditempatkan pada klausa utama; *Intra-sentential* terjadi ketika frasa atau klausa dengan beda bahasa/klausa berada pada satu klausa dengan bahasa/kode lainnya; *Single word* adalah bagian dari *intra-sentential*. Namun, pada kategori ini, yang masuk ke dalam klausa utama adalah kata;

*Education Research* 1, no. 2 (2020): 66–69, <https://doi.org/10.37251/jber.v1i2.86>.

<sup>13</sup> Arsa Widitiarsa Utoyo, “Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Pandemi Covid 19,” *LUGAS Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (2020): 35–42, <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.939>.

<sup>14</sup> Dedi Sahputra, “Analisis Komunikasi Organisasi Partai Politik Islam,” *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya* 9, no. 1 (2018): 52–68, <https://doi.org/10.32505/hikmah.v9i1.1726>.

<sup>15</sup> Rana Akbari Fitriawan, “Analisis Komunikasi Birokrasi Atas Kualitas Layanan Publik Di Wilayah Administrasi Kabupaten Bandung,” *CHANNEL:*

*Jurnal Komunikasi* 5, no. 1 (2017): 59–82, <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6354>.

<sup>16</sup> Ahmad Taufiq, “Analisis Komunikasi CSR Pertamina EP Cepu Pada Program Pengembangan Bumdesa Di Kabupaten Bojonegoro,” *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan* 20, no. 2 (2020): 199–226, <https://doi.org/10.21274/dinamika.2020.20.2.199-226>.

<sup>17</sup> R.A Hudson, *Sociolinguistics*, 2nd ed. (New York: Cambridge University Press, 1996), 51-53.

<sup>18</sup> Pieter Muysken, “Code-Switching,” in *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, ed. Mesthère Rejend (Cambridge: Cambridge University Press, 2011), 301–314.

*Word-internal* adalah gabungan antara dua kode/bahasa ke dalam satu leksikon

Jika dikaitkan dengan alih kode di dalam penelitian, penelitian yang mengkaji tentang alih kode telah menjadi daya tarik tersendiri bagi para peneliti. Banyak sekali peneliti di dalam kajian penelitiannya menjadikan alih kode menjadi topik dalam penelitian mereka. Area-area penelitiannya juga bervariasi, misalnya alih kode (*code-switching*) yang terjadi di dalam dunia pendidikan.<sup>19</sup> Penelitian alih kode juga dilakukan di dalam tuturan yang terjadi dalam media, misalnya di dalam radio,<sup>20</sup> termasuk di dalam media sosial, misalnya Instagram.<sup>21</sup> Tidak hanya itu, area penelitian dalam konteks pariwisata juga dilakukan.<sup>22</sup>

### Metode Penelitian

Data dalam penelitian ini berupa audio yang bersisi imbauan dari wali kota Surabaya terhadap warga Surabaya tentang penanggulangan penyebaran Covid-19.

Data ini diputar di pengeras suara di persimpangan lampu merah tertentu di Surabaya yang dianggap banyak masyarakat yang lewat. Ada tiga data audio yang menjadi objek dalam penelitian ini. Data pertama berisikan imbauan terkait dengan penyebaran Covid-19 varian Delta, sedangkan data yang lainnya berkaitan dengan penyebaran varian Omicron.

Untuk mendapatkan data-data tersebut, peneliti menggunakan metode simak dengan teknik rekam dan catat.<sup>23</sup> Data-data tersebut peneliti dapat dengan teknik rekam yaitu dengan cara merekam dari sumber data. Dengan teknik catat, data-data tersebut kemudian peneliti transkripsi untuk mendapatkan data diskursus yang berupa teks.

Pentranskripsian data ini dilakukan supaya proses analisis data dapat dilakukan dengan lebih mudah. Setelah data terkumpul, data-data tersebut kemudian peneliti analisis dengan menggunakan metode agih.<sup>24</sup> Untuk menganalisis data-

<sup>19</sup> Riska Ayu Ninsi and Rizqi Azhari Rahim, "Alih Kode Dan Campur Kode Pada Peristiwa Tutur Guru Dan Siswa Kelas X SMA Insan Cendekia Syech Yusuf Riska," *Jurnal Idiomatik: Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia* 03, no. 01 (2020): 35–46, <https://doi.org/10.46918/idiomatik.v3i1.646>; Wiji Angga Nuryani, "Alih Kode Dan Campur Kode Karangan Pengalaman Pribadi Siswa Kelas VII SMPN 31 Purworejo Tahun Pelajaran 2016/2017," *Jurnal Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Jawa Universitas Muhammadiyah Purworejo* 10, no. 01 (2017): 106–14; Gina Dinnur Amalia, Herman J Waluyo, and Slamet Mulyono, "Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Interaksi Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Kelas VIII F SMP Negeri 2 Brangsong Kabupaten Kendal," *Basastra: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya* 7, no. 1 (2019): 78, <https://doi.org/10.20961/basastra.v7i1.35497>; Tri Ramadhaniarti, Safnil Arsyad, and Arono Arono, "Code – Mixing in English Classes of SMPN 14 Kota Bengkulu: Views from the Teachers," *JOALL (Journal of Applied Linguistics & Literature)* 2, no. 1 (2018): 22–33,

<https://doi.org/10.33369/joall.v2i1.5866>; Lingga Agustina Suganda, Bambang A Loeneto, and Zuraida Zuraida, "Teachers' Use of Code Switching in an English as a Foreign Language Context in Indonesia," *Script Journal: Journal of Linguistic and English Teaching* 3, no. 2 (2018): 111, <https://doi.org/10.24903/sj.v3i2.202>.

<sup>20</sup> Samsul Arifin, "Analisis Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang," *ADITYA: Jurnal Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Jawa* 10, no. 02 (2017): 104–113.

<sup>21</sup> Fitria Ningrum, "Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Postingan Di Akun Instagram Yowessorry," *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia* 8, no. 2 (2019): 119–25.

<sup>22</sup> Yogi Setia Samsi, "Code-Switching and Code-Mixing in Tourism Industry," *Script Journal* 1, no. 2 (2016): 144–151.

<sup>23</sup> Sudaryanto, *Metode Dan Aneka Teknik Analisa Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan* (Yogyakarta: Sanata Dharma University, 2015), 203.

<sup>24</sup> Sudaryanto, *Metode Dan Aneka....*, 203.

data tersebut, peneliti menentukan redaksi-redaksi pronomina yang digunakan di dalam data. Selain itu, peneliti juga memilah kode yang digunakan di dalam data dengan cara memberi *highlight* pada teks data.

## Hasil dan Pembahasan

### Penggunaan Pronomina

Salah satu aspek yang dapat diperhatikan ketika seorang komunikator menyampaikan pesan dalam komunikasi adalah penggunaan pronomina dalam proses tindak ujar tersebut. Dalam kajian sosiolinguistik, penggunaan pronomina tertentu dapat menunjukkan apakah seorang komunikator memosisikan diri sebagai seorang yang memiliki *power* sehingga dalam konstruksi sosial dia memosisikan lebih tinggi atau komunikator memosisikan dirinya sejajar dengan komunikan.

Dari data, pronomina yang digunakan dalam redaksi ada lima pronomina dengan satu diantaranya adalah bahasa daerah (*vernakular*) dari varian bahasa Indonesia (*lingua franca*) dan 1 lainnya adalah bahasa *vernakular*: *Kita*, *Kami*, *Saya*, *Kulo*, dan *Jenenngan*.

#### 1. Pronomina kita dan kami

Ada 43 leksikon *kita* dan 1 leksikon *kami* yang ditemukan dalam data. Jika kita melihat data 1 sampai 3, penggunaan leksikon *kita* digunakan oleh produsen teks untuk memosisikan diri sebagai satu kesatuan atau bagian yang tidak terpisahkan dengan penerima teks atau dalam hal ini adalah komunikan. Leksikon tersebut digunakan untuk mengajak komunikan

untuk ikut serta dalam penanggulangan pandemi Covid-19 di Surabaya.

- (1) Kita harus tetap mematuhi protokol kesehatan.
- (2) Kita harus memutus rantai penyebaran covid-19 agar tidak semakin lama kita terkungkung dengan covid-19 yang menyebabkan perekonomian kita tidak berjalan.
- (3) Hari ini lah kita waktunya menyingsingkan lengan kita untuk berjuang kembali
- (4) Ketika kita bergandengan tangan, ketika kita bergotong royong dengan ikhlas, dengan ikhtiarnya kita, dengan terus berdo'a, Insya allah Covid-19 bisa kita hentikan di Kota Surabaya.
- (5) Ada 2600 keluarga kita, keluarga besar warga Kota Surabaya yang terkonfirmasi positif maupun yang masih menunggu hasil tes PCR
- (6) Saya dan (pa)njenengan semuanya sebagai kepala keluarga yang mungkin hari ini harus tetap mencari nafkah untuk keluarga kita, untuk anak istri kita.
- (7) Tolong bantu kami. Tolong bantu saya untuk memutus mata rantai covid-19 ini. Bukan hanya wali kotanya, bukan hanya pemerintahnya. Tetapi, yang bisa memutus rantai ini adalah seluruh warga Surabaya.

Leksikon *kita* dalam data juga digunakan oleh produsen teks untuk menunjukkan solidaritas. Pennycook menjelaskan bahwa penggunaan pronomina *kita* dalam penjelasannya dia memasukkan dalam *inclusive of we* memiliki beberapa fungsi. Pronomina *kita* digunakan untuk menunjukkan solidaritas dan juga penolakan (penolakan ini masuk dalam *exclusive of we* atau dalam bahasa Indonesia berupa pronomina *kami*). Dia juga menambahkan bahwa pronomina *kita* untuk menunjukkan komunalitas, seperti pada data 4, dan juga kekuasaan (kekuasaan atas teks yang diproduksi),

seperti pada data 1 sampai 3.<sup>25</sup> Selain itu, pronomina *kita* juga digunakan untuk (a) melibatkan konsumen teks di dalam proses ujar atau komunikasi, seluruh data menunjukkan hal ini; (b) pengganti pronomina *saya* untuk menghindari aspek egois, seperti pada data 7; (c) untuk menunjukkan rasa kebersamaan, seperti pada data 5 dan 6; (d) untuk mengacu pada konsumen teks *nonauthoritative*, seperti pada data 1, 2, dan 3.

Data tersebut mendukung hasil penelitian Quirk dkk, seperti yang dikutip dari Íñigo-Mora.<sup>26</sup> Dalam penelitian tersebut, disebutkan ada 8 kegunaan pronomina *kita/kami*: (a) *Generic*: untuk menunjukkan maksud kita sebagai *manusia*; (b) *Inclusive authorial*: pelibatan konsumen teks, pembaca atau komunikan, di dalam komunikasi; (c) *Editorial*: pengganti pronomina *saya* untuk menghindari aspek egois; (d) *Rethorical*: untuk menunjukkan rasa kebersamaan; (e) mengacu pada pendengar *nonauthoritative*, dalam hal ini biasanya digunakan oleh dokter kepada pasien atau oleh guru kepada siswa; (f) mengacu ke orang ketiga; (g) *Royal*: digunakan di dalam kerajaan; (h) *nonstandard*: bentuk jamak *kita* digunakan untuk merujuk ke *saya*.

## 2. Pronomina Saya dan Kulo

Ada 15 kata pronomina *saya* dan 1 kata pronomina *kulo* yang muncul di dalam data. Ada dua kemungkinan

fungsi leksikon *saya* muncul di dalam sebuah teks: keterpisahan dengan fungsi leksikon *kamu* atau *mereka* dan subjektivitas produsen teks di dalam sebuah teks.<sup>27</sup> Untuk bisa melihat fungsi yang mana yang dibawa oleh pronomina *saya* di dalam sebuah teks, kita harus melibatkan diskursus teks tersebut. Jika kita melihat data 8 misalnya data 14 dan 15 juga menunjukkan hal yang mirip, tampak bahwa penggunaan *saya* menunjukkan subjektifitas atau bahkan egoisitas produsen teks di dalam mengonstruksi redaksi kalimat. Namun, jika kita kaitkan dengan teks di sekitar dari data 8, *tolong bantu kami* seperti yang ditunjukkan data 7, penggunaan pronomina *saya* pada data 8 menunjukkan fungsi keterpisahan antara produsen teks dengan *kamu*, *mereka*, atau bahkan *dia*. Hal ini tampaknya dilakukan karena produsen teks dinarasikan oleh Wali Kota Surabaya memosisikan diri sebagai pemangku kekuasaan yang paling bertanggung jawab atas dampak Covid-19 di Kota Surabaya. Hal yang sama juga bisa dilihat pada data 9-13.

Penggunaan bahasa vernakular Bahasa Jawa dari pronomina *saya* juga digunakan di dalam data, seperti pada data 16. Data 16 menunjukkan bahwa diksi yang digunakan adalah *kulo*. *Kulo* adalah level kedua dari bahasa Jawa. Adanya level di dalam bahasa Jawa karena bahasa Jawa termasuk bahasa honorifik, bahasa yang memiliki fitur

<sup>25</sup> Alastair Pennycook, "The Politic of Pronouns," *ELT Journal* 48, no. 2 (1994): 173–178.

<sup>26</sup> Isabel Íñigo-Mora, "On the Use of the Personal Pronoun We in Communities," *Journal of*

*Language and Politics* 3, no. 1 (2004): 27–52, <https://doi.org/10.1075/jlp.3.1.05ini>.

<sup>27</sup> Pennycook, "The Politic of Pronouns.," 173-178.

linguistik untuk menunjukkan kesopanan: *register*, *kode*, dan kosakata.<sup>28</sup>

- (8) Tolong bantu saya untuk memutus mata rantai covid-19 ini
- (9) Saya Erik Cahyadi Walikota Surabaya
- (10) saya dan (pa)njenengan semuanya sebagai kepala keluarga yang mungkin hari ini harus tetap mencari nafkah untuk keluarga kita, untuk anak istri kita.
- (11) Dan saya mohon maaf kepada seluruh warga Surabaya, kegiatan kita hari ini dibatasi sampai jam 8 malam
- (12) Saya *nyuwun tulung* pada seluruh warga Kota Surabaya, jaga kota tercinta ini dengan cara protokol kesehatan.
- (13) Saya titip Kota Surabaya kepada *jenengan* semuanya.
- (14) Saya percaya *jenengan* adalah orang-orang yang hebat, *jenengan* adalah (orang) yang cinta terhadap kota ini sehingga *jenengan* akan tetap menjaga Surabaya dalam level 1 dengan terus menjaga protokol kesehatan
- (15) ... karena saya yakin doa warga Surabaya adalah doa-doa yang *mustajabah* Inshaallah Surabaya akan dijaga dari wabah, dari balak dari bencana dan penyakit oleh *Gusti Allah* subhanahu wa ta'ala.
- (16) Tolong hadapi ini dengan sabar karena ini adalah cobaan dan musibah yang harus kita lewati bersama fa insya allah dengan kebersamaan *kulo kaleh jenengan*, semua ini bisa terhentikan.

### 3. Pronomina vernakular Kulo dan (Pan)Jenengan

Di dalam data, ada 1 data pronomina *kulo* dan 7 data pronomina

*jenengan* dan *panjenengan*. Selain untuk menunjukkan kepada siapa pronomina kamu digunakan, ada tiga fungsi lain dari penggunaan pronomina *kamu* atau *jenengan* seperti yang diungkapkan oleh Mykhaylenko: (a) menunjukkan orang secara umum; (b) menggantikan *Saya* termasuk penutur yang masuk di dalam kategori; (c) tidak merujuk ke siapa pun terutama dalam kata-kata mutiara.<sup>29</sup> Di dalam data, tidak ada data yang menunjukkan redaksi *kamu* sebagai kata ganti orang tua. Produsen teks menggunakan bahasa vernakular *jenengan* untuk menggantikan *kamu* di dalam teks. Jika kita melihat fungsi pronomina *kamu*, seperti di atas, di dalam data, seperti yang ditunjukkan data 17 dan 18, fungsi pronomina *kamu*, dalam hal ini *jenengan*, memiliki fungsi campuran antara merujuk ke orang tertentu dan orang secara umum yaitu masyarakat Kota Surabaya secara umum.

Selain itu, pemilihan diksi *jenengan* dibandingkan dengan *kamu*, *anda*, atau *kalian* memiliki maksud tersendiri. Teks yang ditujukan kepada masyarakat Surabaya tidak bisa dilepaskan dari kultur masyarakat Surabaya yang menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa utama dalam percakapan sehari-hari. Bahasa Jawa yang merupakan bahasa honorifik, dalam budaya ketimuran menuntut penutur bahasa Jawa untuk menggunakan tingkatan honorifik

<sup>28</sup> Nancy J. Smith-Hefner, "Women and Politeness: The Javanese Example," *Language in Society* 17, no. 4 (December 18, 1988): 535–554, <https://doi.org/10.1017/S0047404500013087>.

<sup>29</sup> Valery Mykhaylenko, "Delta of Personal Pronouns in Political Discourse," *Naukovì Zapiski*

*Nacional'nogo Universitetu «Ostroz'ka Akademiâ». Serîâ «Filologiâ»* 1, no. 6(74) (2019): 82–85, [https://doi.org/10.25264/2519-2558-2019-6\(74\)-82-85](https://doi.org/10.25264/2519-2558-2019-6(74)-82-85).

dalam momen-momen tertentu. Penggunaan kata *kamu*, *Anda*, dan *kalian* dirasa kurang mampu menunjukkan unsur kesopanan jika dibandingkan dengan *jenengan* atau *panjenengan*. Oleh sebab itu, di dalam data *jenengan* dipilih oleh produsen teks sebagai pengganti orang kedua di dalam teks.

- (17) Saya titip Kota Surabaya kepada *jenengan* semuanya, tolong ingatkan saudara-saudara kita yang tidak menggunakan protokol kesehatan
- (18) Saya percaya *jenengan* adalah orang-orang yang hebat; *jenengan* adalah (orang) yang cinta terhadap kota ini sehingga *jenengan* akan tetap menjaga Surabaya dalam level 1 dengan terus menjaga protokol kesehatan.

Jika berbicara bagaimana redaksi suatu tuturan diproduksi, tentu tidak bisa dilepaskan dengan bagaimana hubungan produsen teks, termasuk komunikator, dengan konsumen teks, termasuk komunikan. Jarak hubungan atau disebut jarak sosial—menentukan pemilihan diksi ketika berkomunikasi. Jarak sosial ini juga menunjukkan seberapa dekat hubungan produsen teks dan konsumen teks. Kedekatan tersebut bisa dilihat salah satunya adalah bagaimana produsen teks menggunakan pronomina di dalam proses tindak ujar atau komunikasi. Seperti temuan yang disebutkan di atas, penggunaan pronomina *kita/kami* menunjukkan solidaritas antara produsen dan konsumen teks. Gambar 1 di bawah ini menunjukkan semakin tinggi solidaritas,

semakin tinggi tingkat kedekatan antara produsen dan konsumen teks.

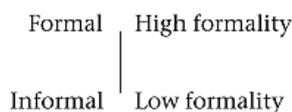


Gambar 1  
Skala solidaritas (diadopsi dari Holmes<sup>30</sup>)

Selain itu, jarak sosial juga bisa dilihat dari seberapa formal format teks yang digunakan di dalam proses tindak ujar. Dari Gambar 2, dapat dipahami bahwa semakin formal teks yang digunakan semakin jauh jarak sosial. Jika dilihat dari data-data di atas, produsen teks cenderung menggunakan bahasa percakapan dengan tingkat keformalan yang relatif sedang. Penggunaan bahasa dengan tingkat keformalan tersebut paling tidak mempertimbangkan tiga faktor: siapa konsumen teks, tempat penyampaian teks, dan dalam konteks apa.

Teks yang ditujukan kepada masyarakat Surabaya tentu akan mempertimbangkan bagaimana teks itu bisa berterima dengan latar belakang masyarakat yang heterogen. Terlebih lagi, teks tersebut di sampaikan di jalan raya, tepatnya di lampu rambu lalu lintas. Penggunaan format teks yang tidak terlalu formal akan lebih mudah berterima bagi masyarakat pengguna jalan. Tidak hanya itu, konteks Covid-19 juga menjadi pertimbangan pemilihan tingkatan keformalan. Hal ini karena Covid-19 tidak hanya pada area kelompok masyarakat tertentu, tetapi pada masyarakat pada umumnya sehingga keformalan teks perlu ditekankan untuk menunjukkan kedekatan sosial.

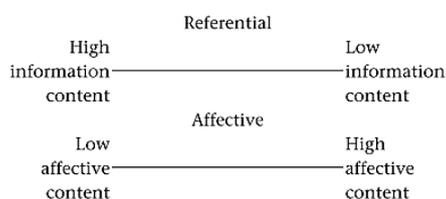
<sup>30</sup> Janet Holmes, *An Introduction to Sociolinguistics*, 4th ed. (London: Routledge, 2013), 9,



Gambar 2  
Derajat keformalan (diadopsi dari Holmes<sup>31</sup>)

Aspek lain yang bisa digunakan untuk menunjukkan kedekatan sosial adalah bagaimana produsen teks merujuk *referent*.<sup>32</sup> Penggunaan *referent* ini akan berkaitan dengan aspek afektif yang dibawa oleh produsen teks. Jika *referent* yang digunakan semakin kompleks, *referent* tidak disebutkan secara langsung atau menggunakan banyak redaksi, semakin rendah tingkatan afektif yang ditunjukkan oleh produsen teks.

Jika dilihat dari contoh data yang ada di atas, penggunaan *referent* dalam hal ini perjuangan melawan Covid-19 disampaikan dengan redaksi langsung. Produsen teks tidak menggunakan diksi-diksi tidak langsung untuk menyebutkan *referent* tersebut. Jika melihat gambar 3 di bawah ini, produsen teks pada data memiliki tingkat afektif yang relatif tinggi terhadap konsumen. Data juga menunjukkan penggunaan bahasa Jawa selain bahasa Indonesia di dalam teks. Tentu, hal ini menunjukkan rasa afektif dari produsen teks terhadap konsumen teks.



Gambar 3  
Skala referensial dan Afektif (diadopsi dari Holmes<sup>33</sup>)

## Alih Kode

Aspek lain yang perlu diperhatikan ketika seorang produsen teks mengonstruksi teks adalah pelibatan kode lain di dalam kode utama dalam sebuah teks. Pelibatan ini memunculkan adanya alih kode antar satu kode dengan kode lainnya. Menurut Muysken, ada dua perspektif untuk melihat alih kode: perspektif sociolinguistik (situasional dan metaforikal) dan perspektif gramatika (*inter-sentential*, *extra-sentential/emblematic/tag*, *intra-sentential*, *single word*, dan *word internal*).<sup>34</sup> Analisis kode dalam penelitian ini dibatasi pada perspektif gramatika karena data merupakan teks monolog.

Ada empat bahasa yang ada di dalam data: bahasa Indonesia (bahasa utama teks), bahasa Jawa, bahasa Inggris, dan bahasa Arab, serta bahasa lainnya yang digunakan untuk tujuan keagamaan: bahasa Ibrani dan bahasa Sanskerta. Bahasa-bahasa tersebut dihubungkan satu sama lain di dalam teks dengan maksud tertentu. Dari data, gabungan dari bahasa-bahasa tersebut membentuk variasi alih kode sebanyak 5 jenis alih kode: *inter-sentential*, *Extra-sentential/emblematic/tag*, *intra-sentential*, *single word*, dan *word-internal*.

### 1. Inter-sentential

Data 19 dan 20 menunjukkan bahwa dua contoh data tersebut termasuk dalam kategori *inter-sentential*. Kata bahasa arab *fa* yang bermakna *maka* dalam bahasa

<sup>31</sup> Holmes. *An Introduction to ...*, 10

<sup>32</sup> *Referent* adalah rujukan terhadap acuan benda yang konkret. Dalam praktiknya, *referent* mengacu pada benda-benda yang eksis secara fisik.

<sup>33</sup> Holmes, *An Introduction to Sociolinguistics*. 10

<sup>34</sup> Muysken, "Code-Switching.", 301-314.

Indonesia diikuti frasa *Insya Allah* pada data 19 menghubungkan klausa sebelum dan sesudah frasa tersebut. Sedangkan pada data 20, terjadi perubahan bahasa dari klausa yang berbahasa Indonesia kemudian diikuti klausa berbahasa arab (*Wallahul muwafiq ila aqwamith thoriq, wassalamualaikum warahmatullah barakatuh*), bahasa Ibrani (*shalom*), dan bahasa Sanskerta (*om santi santi santi om*).

- (19) Tolong hadapi ini dengan sabar karena ini adalah cobaan dan musibah yang harus kita lewati bersama. *Fa insya allah* dengan kebersamaan kulo kaleh jenengan, semua ini bisa terhentikan. Berjuang terus, berikhtiar terus. Jangan lupa kita terus berdoa. Allahu akbar, wallahil muwafiq ila aqwamith thoriq, wassalamualaikum warahmatullah barakatuh, shalom, om shanti shanti shanti om.
- (20) Jangan lupa kita terus berdoa. *Allahu akbar. Wallahul muwafiq ila aqwamith thoriq, wassalamualaikum warahmatullah barakatuh, shalom, om santi santi santi om.*

## 2. Extra-sentential/emblematic/tag

*Ekstra-sentential/emblematic/tag* terjadi ketika ada kata, frasa, atau klausa yang ditempelkan pada klausa utama. Data 21 dan 22 menunjukkan bahwa klausa *nauzubillahi min dzalik* ditempelkan pada klausa utama. Klausa tersebut merupakan bentuk ekspresi dari klausa sebelumnya.

- (21) Tolong terus dijaga Kota Surabaya ini karena kesalahan diri kita sendiri menyebabkan ekonomi Kota Surabaya berhenti karena PPKM, *nauzubillahi min dzalik*.
- (22) Bayangkan, kalau hari ini kita sakit, kita tidak pernah menyadari sakit itu tapi kita kumpul dengan orang lain,

tidak menggunakan masker dan protokol kesehatan, yang pada akhirnya akan mencelakakan saudara-saudara kita, yang akhirnya menjadikan ada PPKM kembali, *Naudzubillahi min dzalik*.

## 3. Intra-sentential

*Intra-sentential* adalah ketika frasa atau klausa dengan beda bahasa/klausa berada pada satu klausa dengan bahasa/kode lainnya. Dua data di bawah ini, data 23 dan 24, menunjukkan bahwa frasa dalam bahasa Jawa masuk di dalam klausa yang menggunakan bahasa Indonesia.

- (23) *Fa insya allah* dengan kebersamaan *kulo kaleh jenengan*, semua ini bisa terhentikan. Berjuang terus, berikhtiar terus
- (24) Saya *nyuwun tulung* pada seluruh warga Kota Surabaya ....

## 4. Single word

*Single word* adalah bagian dari intra-sentential. Namun, pada kategori ini, yang masuk ke dalam klausa utama adalah kata, sedangkan *intra-sentential* bisa frasa atau klausa. Data 25 dan 26 menunjukkan bahasa Jawa *sampek* dan bahasa Inggris *support* dimasukkan ke dalam teks utama yang berbahasa Indonesia.

- (25) Ada sekitar seribu orang yang hari ini dirawat di rumah sakit, ada sekitar 486 warga kota Surabaya yang punya keluhan ringan *sampek* dengan sedang, ishoma di asrama haji
- (26) ... terima kasih atas *support* dan perjuangan kita bersama sehingga Surabaya bisa melewati masa pandemi Covid 19 varian delta dengan kebersamaan Surabaya bisa turun sampai dengan level 1.

## 5. Word-internal

*Word-internal* adalah gabungan antara dua kode/bahasa ke dalam satu leksikon. Data 27 menunjukkan adanya gabungan unsur bahasa Indonesia dan bahasa Jawa di dalam kata *meng(h)aturkan*. Awalan *me-* dan akhiran *-kan* adalah bagian dari unsur bahasa Indonesia dan kata *(h)atur* adalah bagian dari bahasa Jawa.

(27) Saya Eri Cahyadi, Walikota Surabaya,  
*meng(h)aturkan* banyak-banyak  
Terima kasih....

Perubahan penggunaan kode seperti yang ditunjukkan pada di atas tentu tidak bisa dilepaskan dengan kultur masyarakat. Rahayu, dkk. menyampaikan bahwa perubahan kode dalam proses komunikasi didasarkan atas konteks situasi dan konteks budaya.<sup>35</sup> Jika kita melihat bahasa yang digunakan di atas, bahasa Jawa mendominasi penggunaan kode lain. Hal ini tentu tidak bisa dilepaskan dari kultur masyarakat Surabaya yang menggunakan bahasa Jawa dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya bahasa Jawa, tetapi bahasa Jawa kromo yang digunakan oleh produsen teks untuk menunjukkan solidaritas dan juga identitasnya.

Penunjukan identitas ini perlu untuk dilakukan supaya konsumen teks memiliki

“rasa” yang sama tentang kebersamaan. Mesthrie, dkk. menyebutkan bahwa komunikator mungkin saja menggunakan bahasa untuk menyampaikan informasi tentang identitas dan juga hubungan mereka dengan yang lainnya.<sup>36</sup>

Pelibatan bahasa lain di dalam data juga perlu diperhatikan, misalnya penggunaan bahasa Arab, Ibrani dan juga Sanskerta. Penggunaan bahasa terutama dalam diksi-diksi keagamaan tidak bisa dilepaskan dari demografi masyarakat Kota Surabaya. Data dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Surabaya menunjukkan bahwa 85,1% warga kota Surabaya beragama Islam, diikuti 9,1% beragama Kristen, 4,0% beragama Katolik, 0,3% beragama Hindu, 1,5% beragama Buddha, dan sisanya beragama Konghucu.<sup>37</sup>

Jika merujuk pada penelitian dari Bullock dan Toribio,<sup>38</sup> ada tiga faktor yang melatarbelakangi adanya alih kode: (a) faktor penutur dan keadaan di mana kode itu digunakan, misalnya adalah prestis terbuka dan tertutup,<sup>39</sup> hubungan kekuasaan, dan hubungan masing-masing kode dengan konteks tertentu; (b) faktor yang berkaitan langsung dengan penutur atau komunikator baik sebagai individu

<sup>35</sup> Endang Yuliani Rahayu et al., “Code-Switching in Whatsapp Group: A Social Realty amid Covid-19 Pandemic,” *PRASASTI: Journal of Linguistics* 6, no. 2 (2021): 147, <https://doi.org/10.20961/prasasti.v6i2.51204>.

<sup>36</sup> Rejend Mesthrie et al., *Introduction to Sociolinguistics*, 2nd ed. (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009) p. 155-156.

<sup>37</sup> Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Surabaya, “Demografi,” <http://dpm-ptsp.surabaya.go.id/>, accessed September 1, 2022, <http://dpm-ptsp.surabaya.go.id/v3/pages/demografi>.

<sup>38</sup> Barbara E. Bullock and Almeida Jacqueline Toribio, eds., *The Cambridge Handbook of*

*Linguistics Code-Switching* (Cambridge: Cambridge University Press, 2009), 98-99, <http://library.lol/main/6229291533AB1867E48549DE0384C162>.

<sup>39</sup> Prestis terbuka dan tertutup berkaitan dengan kode seperti apa yang digunakan. Hal ini berkaitan dengan jarak sosial. Jika jarak sosial semakin jauh, penggunaan kode semakin formal – dalam konteks ini disebut prestis terbuka. Sebaliknya, jika jarak sosial semakin dekat, maka kode yang digunakan semakin tidak formal, bahkan bahasa vernakular digunakan dalam komunikasi – dalam konteks ini adalah prestis tertutup atau terselubung.

atau bagian dari kelompok: jaringan sosial, perilaku, ideologi, persepsi diri dan persepsi orang lain; (c) faktor yang berkaitan dengan komunikasi saat terjadi alih kode. Holmes menambahkan *topik pembicaraan, fungsi afektif, dan juga tempat* termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya alih kode.

### Kesimpulan

Membangun proses komunikasi dengan khalayak tidak bisa dilakukan tanpa memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan orang yang diajak berkomunikasi. Dalam perspektif Sociolinguistik, pelibatan unsur redaksi dari dalam teks itu sendiri termasuk pemilihan diksi-diksi harus diperhatikan. Pemilihan kosakata termasuk di dalamnya adalah pemilihan pronomina harus benar-benar diperhatikan karena hal ini akan berkaitan bagaimana seorang produsen teks atau komunikator memosisikan dirinya secara sosial dengan konsumen teks atau komunikan.

Posisi sosial yang dekat akan membawa pada kedekatan interaksi termasuk *intimitas* komunikasi. Hal ini berdampak pada rasa solidaritas yang terbangun antar keduanya. Sebaliknya, jika posisi sosial berjarak antar satu dan lainnya, kedekatan sosial akan sulit dicapai sehingga penyampaian pesan dalam komunikasi bisa saja tidak tercapai.

Faktor lain yang perlu diperhatikan adalah unsur-unsur di luar bahasa. Perhatian atas unsur kepada siapa teks itu diberikan menentukan diksi apa yang akan dikonstruksi di dalam teks. Unsur di mana teks itu diberikan juga menjadi faktor bagaimana sebuah redaksi teks dibangun.

Tidak hanya itu, dalam konteks apa teks diberikan juga perlu diperhatikan, apakah dalam konteks yang berkaitan antara komunikator dan komunikan atau tidak. Hal-hal tersebut perlu diperhatikan sebelum seorang produsen teks mengonstruksi teks yang akan disampaikan pada khalayak. Hal ini berkaitan apakah pesan teks yang akan disampaikan tersebut tersampaikan dengan baik atau tidak, dan apakah pesan teks tersebut dapat dikomprehensi dengan baik atau tidak oleh konsumen teks atau komunikan.

### Daftar Pustaka

- Amalia, Gina Dinnur, Herman J Waluyo, and Slamet Mulyono. "Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Interaksi Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Kelas VIII F SMP Negeri 2 Brangsong Kabupaten Kendal." *Basastra: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya* 7, no. 1 (2019): 78-84.  
<https://doi.org/10.20961/basastra.v7i1.35497>.
- Anggraini, Lisa, and El Adawiyah. "Analisis Komunikasi Bisnis Telkomsel." *Persepsi: Communication Journal* 5, no. 1 (2022): 52-60.  
<https://doi.org/10.30596/persepsi.v5i1.9305>.
- Arifin, Samsul. "Analisis Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Iklan Radio Merapi Indah 104.9 FM Kabupaten Magelang." *ADITYA: Jurnal Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Jawa* 10, no. 02 (2017): 104-113.
- Bell, Allan. *The Guidebook to Sociolinguistics*. New Jersey: Willey, Blackwell, 2014.

- <https://3lib.net/md5/73A3B34D59D581A0609F4E486FD0BC57>.
- Bullock, Barbara E., and Almeida Jacqueline Toribio, eds. *The Cambridge Handbook of Linguistics Code-Switching*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. <http://library.lol/main/6229291533AB1867E48549DE0384C162>.
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Surabaya. "Demografi." <http://dpm-ptsp.surabaya.go.id/>. Accessed September 1, 2022. <http://dpm-ptsp.surabaya.go.id/v3/pages/demografi>.
- Fitriawan, Rana Akbari. "Analisis Komunikasi Birokrasi Atas Kualitas Layanan Publik Di Wilayah Administrasi Kabupaten Bandung." *CHANNEL: Jurnal Komunikasi* 5, no. 1 (2017): 59-82. <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6354>.
- Holmes, Janet. *An Introduction to Sociolinguistics*. 4th ed. London: Routledge, 2013. <http://library.lol/main/3280B7E7A1CC436606582229CF90211C>.
- Hudson, R.A. *Sociolinguistics*. 2nd ed. New York: Cambridge University Press, 1996.
- Íñigo-Mora, Isabel. "On the Use of the Personal Pronoun We in Communities ." *Journal of Language and Politics* 3, no. 1 (2004): 27-52. <https://doi.org/10.1075/jlp.3.1.05ini>.
- Lasmi, Aida, Habib Bayhaqi, Islam Negeri, and Sumatera Utara. "Analisis Komunikasi Dalam Bisnis." *Dawatuna Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 1, no. 2 (2022): 96-107. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v2i1.506>.
- Mataputun, Yulius, and Habel Saud. "Analisis Komunikasi Interpersonal Dan Penyesuaian Diri Remaja." *Jurnal Konseling Dan Pendidikan* 8, no. 1 (2020): 32-37. <https://doi.org/10.29210/140800>.
- Mesthrie, Rejend, Joan Swann, Ana Demert, and William L. Leap. *Introduction to Sociolinguistics*. 2nd ed. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009.
- Muysken, Pieter. "Code-Switching." In *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, edited by Mesthrie Rejend, 301-314. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
- Mykhaylenko, Valery. "Delta of Personal Pronouns in Political Discourse." *Naukovì Zapiski Nacional'nogo Unìversitetu «Ostroz'ka Akademiâ». Seriâ «Filologiâ»* 1, no. 6 (74) (2019): 82-85. [https://doi.org/10.25264/2519-2558-2019-6\(74\)-82-85](https://doi.org/10.25264/2519-2558-2019-6(74)-82-85).
- Ningrum, Fitria. "Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Postingan Di Akun Instagram Yowessorry." *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia* 8, no. 2 (2019): 119-125.
- Ninsi, Riska Ayu, and Rizqi Azhari Rahim. "Alih Kode Dan Campur Kode Pada Peristiwa Tutar Guru Dan Siswa Kelas X SMA Insan Cendekia Syech Yusuf Riska." *Jurnal Idiomatik: Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia* 03, no. 01 (2020): 35-46. <https://doi.org/10.46918/idiomatik.v3i1.646>.
- Nuryani, Wiji Angga. "Alih Kode Dan Campur Kode Karangan Pengalaman Pribadi Siswa Kelas VII SMPN 31 Purworejo Tahun Pelajaran 2016/2017." *Jurnal Program Studi*

- Pendidikan Bahasa Dan Sastra Jawa Universitas Muhammadiyah Purworejo* 10, no. 01 (2017): 106-114.
- Pennycook, Alastair. "The Politic of Pronouns." *ELT Journal* 48, no. 2 (1994): 173-178.
- Rahayu, Endang Yuliani, Agnes Widyaningrum, Yulistiyanti Yulistiyanti, and Teguh Kasprabowo. "Code-Switching in Whatsapp Group: A Social Realty amid Covid-19 Pandemic." *PRASASTI: Journal of Linguistics* 6, no. 2 (2021): 147-157. <https://doi.org/10.20961/prasasti.v6i2.51204>.
- Rahman Hakim, Uky Firmansyah, and Rima Fadillah. "Anak Autis Sebagai Mad'u Dakwah: Analisis Komunikasi Interpersonal." *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 2 (2020): 87-100. <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.4702>.
- Ramadhaniarti, Tri, Safnil Arsyad, and Arono Arono. "Code – Mixing in English Classes of SMPN 14 Kota Bengkulu: Views from the Teachers." *JOALL (Journal of Applied Linguistics & Literature)* 2, no. 1 (2018): 22-33. <https://doi.org/10.33369/joall.v2i1.5866>.
- Rohaina, Rohaina. "Perkembangan Bahasa Anak: Analisis Komunikasi Siswa." *Journal of Basic Education Research* 1, no. 2 (2020): 66-69. <https://doi.org/10.37251/jber.v1i2.86>.
- Sahputra, Dedi. "Analisis Komunikasi Organisasi Partai Politik Islam." *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya* 9, no. 1 (2018): 52-68. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v9i1.1726>.
- Samsi, Yogi Setia. "Code-Switching and Code-Mixing in Tourism Industry." *Script Journal* 1, no. 2 (2016): 144-151.
- Setiawan, Retno Agus, and Djoko Budiyanto Setyohadi. "Analisis Komunikasi Sosial Media Twitter Sebagai Saluran Layanan Pelanggan Provider Internet Dan Seluler Di Indonesia." *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence* 3, no. 1 (2017): 16-25. <https://doi.org/10.20473/jisebi.3.1.16-25>.
- Smith-Hefner, Nancy J. "Women and Politeness: The Javanese Example." *Language in Society* 17, no. 4 (December 18, 1988): 535-554. <https://doi.org/10.1017/S004740450013087>.
- Sudaryanto. *Metode Dan Aneka Teknik Analisa Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan*. Yogyakarta: Sanata Dharma University, 2015.
- Suganda, Lingga Agustina, Bambang A Loeneto, and Zuraida Zuraida. "Teachers' Use of Code Switching in an English as a Foreign Language Context in Indonesia." *Script Journal: Journal of Linguistic and English Teaching* 3, no. 2 (2018): 111-126. <https://doi.org/10.24903/sj.v3i2.202>.
- Taufiq, Ahmad. "Analisis Komunikasi CSR Pertamina EP Cepu Pada Program Pengembangan Bumdesa Di Kabupaten Bojonegoro." *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan* 20, no. 2 (2020): 199-226. <https://doi.org/10.21274/dinamika.2020.20.2.199-226>.
- Utoyo, Arsa Widitiarsa. "Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi

Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Pandemi Covid 19.” *LUGAS Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (2020): 35-42.  
<https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.939>.

Violita Saffira, Gisela Hennita, Meisy Efna Prisyliya. “Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Frelynshop Dalam Meningkatkan Brand Image.” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 227-240.  
<https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.788>.

Wijaya, Kevin, and Daniel Tamburian, H.H. “Analisis Komunikasi Antarpribadi Pelaku Transgender Dengan Keluarga.” *Koneksi* 3, no. 1 (2019): 41-48.  
<https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6143>.