

***Xenoglosofilia* dalam Ragam Bahasa Tulis Generasi Z pada Komunitas Belajar *Studygram*: Analisis Interpretasi Fenomenologi**

Rohmat¹

Dadang S. Anshori²

Encep Kusumah³

¹²³ Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

¹rohmat053@upi.edu

²dadanganshori@upi.edu

³encepkusumah@upi.edu

Abstrak

Xenoglosofilia berkaitan erat dengan bahasa Indonesia sebagai identitas nasional dan bahasa asing sebagai alat komunikasi global. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk, penyebab, serta implikasi *xenoglosofilia* dari generasi Z pada *Studygram* terhadap literasi bahasa. Metode yang digunakan ialah kualitatif deskriptif jenis *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) melalui analisis konten dan wawancara tertulis dengan *wordcloud* sebagai alat pengolahan data dan Analisis Wacana Kritis Fairclough sebagai landasan teori. Hasil analisis terhadap 300 unggahan dari 10 subjek menunjukkan *xenoglosofilia* dalam bentuk campur kode ke luar pada tataran kata dan frasa (nomina, verba, pronomina, adverbia, preposisi, konjungsi, adjektiva, interjeksi) serta alih kode ke luar pada klausa dan kalimat (nominal, verbal, adverbial, adjektival). Pada level tekstual, bentuk ini mencerminkan nilai eksperimental, relasional, dan ekspresif. Pada level praktik diskursif, fenomena ini dipicu oleh strategi menjangkau audiens global, efisiensi istilah, tekanan komunitas, pencitraan profesional, dan optimalisasi algoritma digital. Bahasa asing juga diposisikan sebagai simbol prestise digital yang mewakili simbol kecerdasan dan modernitas, citra profesional-akademik, strategi menarik audiens, kesan eksklusif, dan adaptasi tren global. *Xenoglosofilia* berimplikasi terhadap peningkatan kompetensi berbahasa asing, tetapi di sisi lain mendorong pengabaian padanan kata bahasa Indonesia. Hal ini terlihat melalui dimensi situasional (diksi dipilih demi daya tarik digital), institusional (*Studygram* membentuk kebiasaan linguistik baru), dan sosial (globalisasi mendorong marginalisasi bahasa dan jarak antarpemutakhir). Penelitian ini merekomendasikan penguatan Trigatra Bangun Bahasa secara kreatif dan kolaboratif agar bahasa Indonesia tetap adaptif dan berdaya di ruang digital.

Kata Kunci: *generasi z, literasi bahasa, studygram, xenoglosofilia*

Pendahuluan

Perkembangan media sosial yang pesat telah membawa revolusi dalam cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan menyerap informasi (Khoirunnisak et al., 2025; Pratidina & Mitha, 2023). Instagram sebagai salah satu media yang mengalami lonjakan signifikan memiliki lebih dari 90,18 juta pengguna di Indonesia pada Maret 2025 (Napoleoncat, 2025). Selain berfungsi sebagai ruang berbagi visual, Instagram telah berkembang menjadi arena bagi terbentuknya berbagai komunitas yang mengukung tujuan bersama dalam berbagi pengetahuan, inspirasi, dan pengalaman.

Salah satu komunitas yang kian memikat perhatian adalah *Studygram* yang berasal dari kata *study* (belajar) dan *gram* yang merujuk pada Instagram. Komunitas ini hadir sebagai saluran bagi para pelajar untuk memamerkan perjalanan akademik mereka, mulai dari dokumentasi materi pembelajaran hingga berbagi strategi efektif dalam meraih prestasi akademik (Arango-Montoya & Gallardo-Echenique, 2022; Lussier et al., 2023). Komunitas ini berkembang pesat dengan jumlah unggahan menggunakan tagar *#Studygram* mencapai 19,8 juta pada awal April 2025.

Hadirnya *Studygram* sebagai medium berbagi wacana akademik menandai perubahan signifikan dalam dunia pendidikan. Komunitas ini menciptakan pola baru dalam penggunaan bahasa di ruang digital. Bahasa yang digunakan dalam unggahan *Studygram* berkembang dari fungsi dasar komunikatif menjadi simbol identitas, indikator status sosial, dan refleksi dari afiliasi budaya penggunanya. Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa dalam ekosistem digital bukan sekadar alat ekspresi, tetapi juga bagian dari konstruksi makna yang lebih luas dalam masyarakat (Khoirunnisa & Aidha, 2024).

Penggunaan bahasa asing yang masif dalam komunitas ini menghadirkan tantangan bagi keberlanjutan bahasa Indonesia. Leksikon asing semakin banyak diadopsi dalam ranah akademik daring dan mulai mendominasi wacana di media sosial. Fenomena ini memicu pergeseran pola pikir dan cara komunikasi generasi muda yang mencerminkan gelombang perubahan penggunaan bahasa dalam interaksi sosial akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (Rahayu, 2023; Safira, 2023; Wiryajaya et al., 2025). Oleh karena itu, perlu kajian mendalam untuk memahami bagaimana penggunaan bahasa dalam *Studygram* berkontribusi terhadap perubahan kebiasaan berbahasa generasi Z.

Fenomena penggunaan bahasa asing yang berlebihan dapat dikenali sebagai *xenoglossofilia* (Lanin, 2018). Fenomena ini dapat ditemukan dengan mudah melalui ragam tulisan atau ujaran seseorang. Pada kajian ini, perhatian difokuskan pada 10 generasi Z di komunitas *Studygram* melalui analisis konten pada 300 ragam bahasa tulis serta wawancara tertulis guna mengetahui bentuk, penyebab, dan implikasi *xenoglossofilia* terhadap literasi bahasa. Generasi Z dipilih karena mereka merupakan kelompok yang sudah melek teknologi dan lebih cerdas secara digital jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Arum et al., 2023; Kulsum, 2022). Generasi Z yang lahir antara tahun 1995—2012 (Chan & Lee, 2023; Ismail et al., 2023) juga dikenal sebagai generasi yang sering menggunakan kosakata unik dari bahasa gaul dan bahasa asing (Ahmadi et al., 2024; Cahayu et al., 2024; Fitriah et al., 2023; Gultom et al., 2024; Harahap & Alfikri, 2023; Siregar et al., 2024; Triafida et al., 2023).

Penelitian ini dikokohkan melalui Analisis Wacana Kritis (AWK) Fairclough yang mengkaji tiga level analisis: teks, praktik diskursif, dan praktik sosial (Munfarida, 2014). Pada level tekstual, fokus analisis tertuju pada pilihan leksikal dan gaya bahasa yang merefleksikan ideologi melalui nilai eksperimental (realitas sosial dikonstruksi secara linguistik melalui pilihan leksikal yang mengandung dimensi ideologis, baik secara eksplisit maupun implisit), relasional (membangun posisi interpersonal antara produsen teks dan audiensnya, melalui pengaturan nada, jarak sosial, hingga bentuk tutur yang digunakan), dan ekspresif (sikap evaluatif penulis terhadap topik yang diangkat yang dapat diamati melalui ungkapan afektif atau penanda sikap dalam struktur kalimat) (Hajrah et al., 2024; Jannah et al., 2023; Setyaningsih et al., 2024). Level praktik diskursif menyoroti proses produksi, penyebaran, dan konsumsi wacana melalui aktor-aktor sosial seperti media atau rekan sejawat yang turut memainkan peran dalam membingkai makna (Efendia & Mubayyamah, 2023; Permana et al., 2024). Sementara itu, level praktik sosial mengaitkan wacana dengan struktur sosial yang lebih

luas, meliputi tingkat situasional (merujuk pada konteks wacana diproduksi dan digunakan, seperti siapa yang berbicara, kepada siapa, dalam situasi apa, dan untuk tujuan apa), institusional (peran lembaga atau institusi yang memengaruhi cara wacana dibentuk, misalnya wacana pendidikan, media, atau birokrasi, yang masing-masing memiliki aturan, praktik, dan kekuasaan simboliknya sendiri), dan sosial (struktur dan ideologi yang lebih luas, seperti kelas sosial dan relasi yang secara tidak langsung membentuk cara berpikir, berbicara, dan memahami dunia) (Barus et al., 2023; Mare & Arif, 2024; Pere et al., 2024).

Kajian terdahulu telah memberikan perspektif terkait dominasi bahasa asing dalam komunikasi. Penelitian Sundani et al. (2024) mengungkapkan penggunaan bahasa asing di kalangan remaja berkaitan erat dengan harga diri mereka karena lebih superior dan bergengsi. Penelitian Safitri et al. (2024) juga menyoroti fenomena dominasi bahasa asing dalam penamaan tempat usaha yang mencerminkan pengaruh bahasa asing dalam kehidupan publik. Kajian Fajri & Sabardila (2021) meneliti penggunaan bahasa asing dalam humor publik yang menggambarkan bahasa asing kerap kali digunakan untuk citra tertentu. Adapun Hadi et al. (2024) mengkritisi fenomena yang lebih luas, xenomania (ketertarikan berlebih terhadap hal asing) menunjukkan bahwa penggunaan bahasa asing dalam promosi kompetisi nasional dapat melanggar regulasi bahasa Indonesia. Pada kajian Boltivets (2023), fenomena xenomania di Ukraina juga menunjukkan bahwa ketergantungan pada bahasa asing dapat merusak identitas nasional, memengaruhi harga diri, dan memperburuk ketidakseimbangan persepsi budaya.

Meskipun penelitian-penelitian sebelumnya telah mengungkap berbagai aspek penggunaan bahasa asing sebagai simbol prestise dan gaya hidup di ruang sosial maupun akademik, belum ada kajian yang secara spesifik meneliti fenomena *xenoglosifilia* dalam komunitas digital informal seperti *Studygram*. Sebagian besar penelitian masih berfokus pada penggunaan bahasa asing dalam konteks citra diri dan kepentingan ekonomi, tetapi belum mengeksplorasi bagaimana fenomena ini terjadi di komunitas belajar digital dan bagaimana ia membentuk identitas linguistik generasi muda yang lebih kompleks. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menelaah fenomena *xenoglosifilia* pada generasi Z di komunitas *Studygram*. Penelitian ini menyoroti *Studygram* yang tidak hanya berfungsi sebagai ruang sosial, tetapi juga sebagai arena akademik yang membentuk kebiasaan berbahasa generasi Z.

Lebih lanjut, penelitian ini menyoroti paradoks antara peningkatan kemampuan berbahasa asing dan potensi degradasi literasi bahasa Indonesia yang terjadi secara simultan. Melalui perspektif *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA), penelitian ini memberikan pemetaan yang lebih mendalam terkait pola penggunaan bahasa asing dalam komunitas digital, faktor yang mendorong fenomena ini, serta dampaknya terhadap literasi bahasa generasi Z. Penelitian ini diharapkan memberikan signifikansi baik bagi para pengguna media sosial, komunitas bahasa, serta peneliti lain dalam merumuskan strategi edukasi kebahasaan di era digital.

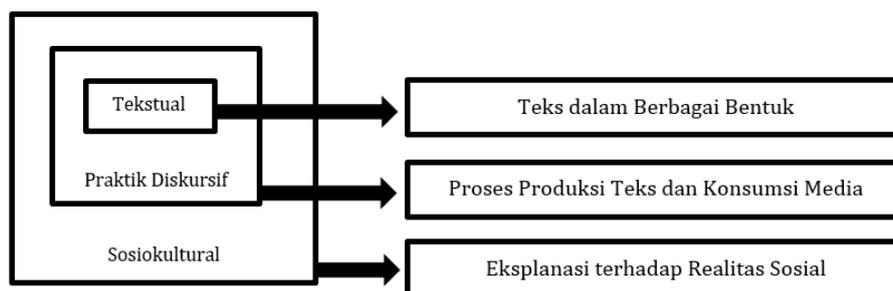
Metode

Metode dalam penelitian ini ialah kualitatif basis deskriptif dengan jenis *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam fenomena *xenoglosifilia* pada generasi Z di komunitas belajar *Studygram*. IPA memungkinkan penelitian ini mengeksplorasi bagaimana individu menafsirkan pengalaman mereka dalam menggunakan bahasa asing sehingga

memberikan pemahaman lebih dalam mengenai motivasi dan dampaknya terhadap literasi bahasa (Nizza et al., 2021; Smith et al., 2021; Smith & Nizza, 2022). Sumber data primer didapatkan dari 300 ragam bahasa tulis yang dihasilkan oleh 10 subjek penelitian pada *Studygram* dengan kriteria tertentu melalui *purposive sampling* (Lenaini, 2021; Nyimbili & Nyimbili, 2024). Adapun kriteria yang dimaksud meliputi: (1) berusia 14—29 tahun (generasi Z), (2) anggota *Studygram*, (3) memiliki unggahan, serta (4) menunjukkan gejala *xenoglosofilia*.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik analisis konten dan wawancara tertulis. Dari hasil observasi ini, ditetapkan 10 subjek penelitian yang sesuai dengan kriteria dan bersedia menjadi subjek penelitian. Setelah itu, analisis konten dilakukan dengan meneliti masing-masing 30 unggahan terbaru dari subjek penelitian. Proses analisis konten ini dimulai dengan memindahkan ragam bahasa tulis ke Microsoft Word, kemudian semua tulisan disalin dan diunggah ke laman <https://simplewordcloud.com/> untuk mengetahui kata yang sering digunakan dalam ragam bahasa tulis generasi Z. Setelah data didapatkan, data ditinjau berulang untuk memastikan tidak adanya kesalahan, selanjutnya data akhir disajikan dalam tabel untuk dianalisis lebih detail. Pada tahapan selanjutnya, responden diwawancarai dengan pertanyaan tertulis yang disusun berdasarkan indikator *xenoglosofilia* guna memahami pengalaman mereka dalam penggunaan bahasa asing.

Pengolahan data hasil wawancara dilakukan melalui langkah-langkah interpretasi berbasis IPA (Smith et al., 2021), (1) data dari transkrip wawancara dibaca berulang untuk memahami pola penggunaan bahasa asing dan memastikan tidak adanya kesalahan, (2) data dikodekan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul,



(3) hasil pengodean dianalisis untuk menemukan hubungan antara pola penggunaan bahasa asing dengan faktor penyebab serta implikasinya terhadap penggunaan bahasa Indonesia, serta (4) interpretasi dilakukan dengan mengacu pada temuan terdahulu guna menyusun kesimpulan mendalam terkait fenomena pada *Studygram*.

Bagan 1. Ranah Analisis Wacana Kritis Fairclough

Sumber: Olahan Peneliti Berdasarkan Hasil Kajian Pustaka

Hasil pengolahan data dikokohkan melalui konsep Analisis Wacana Kritis Fairclough yang menyoroti tiga hal pokok: (1) level tekstual dengan fokus pada nilai eksperiental, relasional, dan ekspresif, (2) level praktik diskursif dengan fokus pada bagaimana sebuah teks diproduksi dan disebar, dan (3) level sosio-kultural dengan fokus pada bagaimana teks dipengaruhi oleh situasional, institusional, dan sosial dalam proses produksinya.

Validitas data dalam penelitian ini dijamin melalui tiga strategi utama: (1) triangulasi sumber data, (2) triangulasi teori, dan (3) *member checking*. Triangulasi sumber data dilakukan dengan mengontraskan hasil analisis konten unggahan *Studygram* dan wawancara tertulis guna memastikan konvergensi temuan. Triangulasi teori diterapkan dengan memadukan berbagai perspektif teoretis dalam menafsirkan fenomena

xenoglosifilia sehingga menghasilkan analisis holistik dan menghindari bias subjektif. Sementara itu, *member checking* digunakan sebagai verifikasi para partisipan dengan diberi kesempatan untuk meninjau dan mengonfirmasi interpretasi data agar hasil penelitian tetap autentik dan reflektif terhadap pengalaman mereka.

Hasil

Sebagai entitas yang terus berkembang, bahasa mengalami revolusi seiring waktu. Pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan juga teknologi menjadi aspek fundamental munculnya istilah-istilah baru dalam bahasa (Suleman & Islamiyah, 2018). Akibatnya, berbagai fenomena kebahasaan mulai marak, seperti penggunaan bahasa gaul, campur kode, diglosia, dan alih kode (D. N. I. Sari et al., 2020; Yohana, 2023). Fenomena ini berkontribusi terhadap *xenoglosifilia* di kalangan masyarakat. Penggunaan bahasa dengan cara tersebut umumnya bertujuan untuk kedekatan sosial, rasa hormat, topik pembicaraan, humor, atau tren dan gengsi (Spolsky, 1998).

Pada dasarnya, penggunaan dua atau lebih bahasa dalam komunikasi lisan maupun tulisan ialah hal wajar. Namun, masalah muncul ketika penggunaannya berlebihan dan berpotensi menimbulkan konflik. Konflik tersebut berupa pengabaian fungsi bahasa, penurunan identitas bahasa utama, gangguan struktur bahasa, atau ketidakpahaman terhadap bahasa yang digunakan (Arnas, 2019). Jika kondisi ini terjadi, maka fenomena tersebut termasuk dari salah satu dampak *xenoglosifilia*.

Secara etimologis, *xenoglosifilia* bersumber dari istilah bahasa Yunani, yaitu *xenos* "asing", *glossa* "bahasa", dan *philia* "kecintaan" (Junaidi & Haryadi, 2021). Dari ranah psikologi, *xenoglosifilia* mengacu pada kecenderungan berbicara atau menulis dalam bahasa yang tidak dikuasai secara sadar maupun tidak (Arnas, 2019). Pada ranah linguistik, *xenoglosifilia* dipahami sebagai kecenderungan individu untuk menyisipkan atau kerap menggunakan bahasa asing dalam intetaksi (Fajri & Sabardila, 2021). Rahmawati et al. (2022) menegaskan bahwa fenomena ini mencerminkan ketertarikan berlebih terhadap bahasa dan budaya asing yang dapat berujung pada perubahan pola sosial serta mengancam eksistensi bahasa Indonesia. Temuan Sari (2023) menyebutkan *xenoglosifilia* merupakan kecenderungan menggunakan bahasa asing secara berlebihan dalam komunikasi berbasis bahasa Indonesia. Lanin (2018) mencatat bahwa generasi muda cenderung memilih mengutamakan bahasa asing daripada bahasa Indonesia yang menyebabkan pola komunikasi berubah. Hal ini ditandai dengan adanya campur bahasa dalam percakapan, bahkan menyebabkan ketidakpahaman padanan kata bahasa Indonesia (Rahmawati et al., 2022). Berikut adalah 50 temuan campur kode yang terjadi secara konsisten pada 300 unggahan dari 10 subjek penelitian.

Tabel 1. Kata dan Frasa Asing Paling Banyak Muncul

No	Istilah Asing	Bahasa	Arti/Padanan	Satuan	Kategori
1	<i>notes</i>	Inggris	catatan	kata	nomina
2	<i>#studynotes</i>	Inggris	catatan belajar	frasa	nomina
3	<i>#study</i>	Inggris	belajar	kata	verba
4	<i>#studygrammer</i>	Inggris	pengguna <i>Studygram</i>	frasa	nomina
5	<i>#lettering</i>	Inggris	menggambar huruf	frasa	verba
6	<i>post</i>	Inggris	unggahan	kata	nomina
7	<i>brush</i>	Inggris	kuas	kata	nomina
8	<i>new</i>	Inggris	baru	kata	adjektiva
9	<i>#notestagram</i>	Inggris	catatan Instagram	frasa	nomina
10	<i>pen</i>	Inggris	pena/pulpen	kata	nomina
11	<i>i</i>	Inggris	aku/saya	kata	pronomina
12	<i>you</i>	Inggris	kamu	kata	pronomina
13	<i>#aesthetic</i>	Inggris	estetik/indah	kata	adjektiva

14	<i>mention</i>	Inggris	gamit/menyebut	kata	verba
15	<i>#studymotivation</i>	Inggris	motivasi belajar	frasa	nomina
16	<i>#studywithme</i>	Inggris	belajar bersamaku	frasa	verba
17	<i>#Studygramcommunity</i>	Inggris	komunitas <i>Studygram</i>	frasa	nomina
18	<i>me</i>	Inggris	aku/saya	kata	pronomina
19	<i>like</i>	Inggris	suka	kata	adjektiva
20	<i>and</i>	Inggris	dan	kata	konjungsi
21	<i>#fyp</i>	Inggris	untuk halaman anda	frasa	adverbia
22	<i>this</i>	Inggris	ini	kata	pronomina
23	<i>#studytme</i>	Inggris	waktu belajar	frasa	nomina
24	<i>to</i>	Inggris	ke	kata	preposisi
25	<i>hope</i>	Inggris	harapan	kata	nomina
26	<i>with</i>	Inggris	dengan	kata	preposisi
27	<i>upload</i>	Inggris	unggah	kata	verba
28	<i>my</i>	Inggris	milikku	kata	pronomina
29	<i>collab</i>	Inggris	kolaborasi	kata	verba
30	<i>#headerideas</i>	Inggris	ide judul	frasa	nomina
31	<i>#handlettering</i>	Inggris	menggambar huruf dengan tangan	frasa	verba
32	<i>journal</i>	Inggris	jurnal	kata	nomina
33	<i>#studygramaccount</i>	Inggris	akun <i>Studygram</i>	frasa	nomina
34	<i>#studygramindonesiacommunity</i>	Inggris	komunitas <i>Studygram</i> Indonesia	frasa	nomina
35	<i>your</i>	Inggris	milikmu	kata	pronomina
36	<i>update</i>	Inggris	pembaruan	kata	nomina
37	<i>guys</i>	Inggris	teman-teman	kata	nomina
38	<i>#explorepage</i>	Inggris	halaman jelajah	frasa	nomina
39	<i>if</i>	Inggris	jika	kata	konjungsi
40	<i>here</i>	Inggris	di sini	kata	adverbia
41	<i>#studying</i>	Inggris	belajar	kata	verba
42	<i>#journaladdict</i>	Inggris	pecinta jurnal	frasa	nomina
43	<i>btw</i>	Inggris	omong-omong	frasa	interjeksi
44	<i>#explore</i>	Inggris	menjelajahi/eksplorasi	kata	verba
45	<i>tools</i>	Inggris	alat	kata	nomina
46	<i>#school</i>	Inggris	sekolah	kata	nomina
47	<i>page</i>	Inggris	halaman	kata	nomina
48	<i>hello</i>	Inggris	halo	kata	interjeksi
49	<i>letteringideas</i>	Inggris	ide menggambar huruf	frasa	nomina
50	<i>#studyinspo</i>	Inggris	inspirasi belajar	frasa	nomina

Analisis Level Tekstual (Temuan Bentuk *Xenoglosolia*)

Analisis Wacana Kritis Fairclough pada level tekstual menunjukkan bentuk *xenoglosolia* dalam ragam bahasa tulis generasi Z pada *Studygram* berupa gaya bahasa campur kode ke luar (bahasa Inggris) pada tataran kata dan frasa. Kridalaksana (2013) menyoroti campur kode sebagai penggunaan unsur bahasa dari satu bahasa ke bahasa lain guna memperkaya gaya atau ragam bahasa, seperti kata, klausa, idiom, atau sapaan. Hal ini terjadi saat penutur mencampur bahasa dalam percakapan tanpa tuntutan (Nababan, 1984).

Kata *notes* (catatan), *study* (belajar), dan *post* (unggah) menjadi kata yang sering digunakan. Di sisi lain, penggunaan frasa *study notes* (catatan belajar), *Studygram community* (Komunitas *Studygram*), dan *lettering* (seni menggambar huruf) tutur memperlihatkan istilah asing digunakan sebagai nilai eksperimental dari konsep akademik dan interaksi digital yang menjadi bagian dari pembentukan identitas komunitas. Temuan ini mempertajam temuan sebelumnya yang menyoroti pembentukan identitas tertentu di media sosial (Czakov et al., 2024; Lüders et al., 2022;

Nugraeni, 2024; Setiadarma et al., 2024). Nilai eksperimental pada temuan ini juga diperjelas dengan adanya proses nominalisasi pada istilah *catatan* (verba menjadi nomina), *unggahan* (verba menjadi nomina), *pembaruan* (adjektiva menjadi nomina), dan *pencinta* (adjektiva menjadi nomina).

Penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa asing dalam komunitas *Studygram* dipengaruhi oleh beberapa faktor menurut studi terdahulu. Faktor pertama adalah kenyamanan dan kebiasaan menggunakan istilah asing yang dianggap lebih ringkas dan familiar (Nopiyadi & Guntur, 2024). Faktor kedua adalah eksposur terhadap media digital internasional seperti Instagram dan TikTok. Ini berhubungan dengan istilah asing yang menjadi bagian dari wacana global (Dewani et al., 2024). Faktor ketiga adalah anggapan penggunaan istilah bahasa Inggris dapat meningkatkan prestise dan memperkuat identitas digital (Cahyani et al., 2021).

Dari segi kategori frasa berdasarkan predikat, nomina menjadi kategori yang paling dominan dengan istilah seperti *Studygram Community* (Komunitas *Studygram*), *notestagram* (catatan Instagram), dan *journal addict* (pecinta jurnal) yang merujuk pada objek dalam ranah pembelajaran. Kategori verba dalam tataran kata juga banyak digunakan seperti *share* (bagikan), *upload* (unggah), dan *try* (coba) yang menggambarkan aktivitas berbagi informasi dan pengalaman belajar. Kehadiran interjeksi *btw* (omong-omong) dan *hello* (halo) menegaskan komunitas ini juga mengadopsi istilah asing untuk memperkuat nilai ekspresif dalam keterlibatan sosial pada interaksi digital yang dibangun.

Pada bagian sebelumnya, data yang ditampilkan hanya berupa istilah asing dalam kata dan frasa. Hal tersebut karena *wordcloud* tidak bisa memberikan informasi mengenai istilah sering muncul dalam klausa atau kalimat. Oleh karena itu, proses manual telah dilakukan dan berikut adalah tabel hasil temuannya.

Tabel 2. Klausa dan Kalimat Asing Paling Banyak Muncul

No	Istilah Asing	Asal Bahasa	Satuan Bahasa	Padanan Kata	Kategori
1	<i>I hope you like it!</i>	Inggris	kalimat	Aku berharap kamu menyukainya!	verbal
2	<i>Don't forget to share, like, and comment, guys!</i>	Inggris	kalimat	Jangan lupa bagikan, sukai, dan komentari, teman-teman!	verbal
3	<i>Happy birthday to me!</i>	Inggris	kalimat	Selamat ulang tahun untukku!	nominal
4	<i>Happy Sunday, all!</i>	Inggris	kalimat	Selamat hari Minggu, semuanya!	nominal
5	<i>Thank you, God!</i>	Inggris	kalimat	Terima kasih, Tuhan!	nominal
6	<i>I'm here with a new post.</i>	Inggris	kalimat	Aku di sini dengan unggahan baru.	adverbial
7	<i>take notes with me</i>	Inggris	klausa	mencatat bersama aku	verbal
8	<i>long time no see you guys</i>	Inggris	klausa	lama tidak bertemu kalian teman-teman	adjektival
9	<i>back to my notes</i>	Inggris	klausa	kembali ke catatanku	verbal
10	<i>thank you for your attention</i>	Inggris	klausa	terima kasih atas perhatiannya	nominal

Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan bahasa asing tidak hanya sebatas pengadopsian istilah populer, tetapi juga melibatkan konstruksi makna yang lebih kompleks. Ini menyoroti adanya nilai relasional antara pemroduksi teks dengan penerima teks. Kalimat seperti *I hope you like it!* (Aku berharap kamu menyukainya) dan *Don't forget to like, comment, and share, guys!* (Jangan lupa untuk sukai, komentari, dan bagikan, teman-teman!) mencerminkan bahasa asing digunakan dalam konteks interaksi sosial bersama pengguna *Studygram* lainnya. Temuan ini mengindikasikan adanya alih kode pada tataran klausa dan kalimat. Alih kode dapat dipahami sebagai penyusunan

dilepaskan dari posisi, identitas, dan kepentingan subjek yang terlibat. Guna memahami fenomena ini, berikut hasil tematisasi wawancara dengan subjek yang memberikan perspektif mengenai motivasi dan makna di balik pilihan berbahasa asing.

Tabel 3. Hasil Wawancara Penyebab *Xenoglosofilia* Bagian 1

Subjek No-Usia-Asal	Indikator		
	Rasa Nyaman	Percaya Diri	Campur Bahasa
S01-22-Kalteng	Nyaman menulis dalam unggahan dan komentar, tetapi tidak dalam video.	Kurang percaya diri karena masih belajar.	Jarang mencampur bahasa, tagar asing digunakan untuk menjangkau lebih banyak orang.
S02-19-Jabar	Nyaman karena dapat menjangkau orang dari berbagai negara.	Biasa saja, tidak terlalu percaya diri atau kurang percaya diri.	Mencampur bahasa, lebih banyak bahasa asing. Tagar asing digunakan agar lebih banyak orang melihat unggahan.
S03-20-Sulsel	Nyaman karena memiliki banyak pengikut dari luar negeri.	Lebih percaya diri menggunakan bahasa Indonesia.	Sering mencampur bahasa agar mudah dipahami banyak orang. Tagar asing digunakan agar lebih banyak orang melihat unggahan.
S04-20-Sulsel	Nyaman karena lebih ringkas dan sesuai dengan kebiasaan dalam komunitas.	Percaya diri meskipun kemampuan bahasa asing masih terbatas.	Sering mencampur bahasa untuk menyingkat kalimat dan menyampaikan hal pribadi.
S05-18-Bali	Nyaman dalam berbagai bentuk komunikasi di media sosial.	Percaya diri karena ingin berinteraksi secara santai dan akrab.	Selalu mencampur bahasa agar unggahan lebih menarik dan luas jangkauannya. Tagar asing dipakai untuk memperluas sebaran unggahan.
S06-21-Jatim	Nyaman dan merasa lebih banyak belajar.	Tidak terlalu percaya diri, tetapi kadang lebih baik saat menggunakan bahasa asing.	Cukup sering mencampur bahasa agar terlihat lebih menarik. Tagar digunakan untuk meningkatkan perhatian orang.
S07-17-NTB	Tidak nyaman karena kurang memahami bahasa asing.	Tidak percaya diri.	Mencampur bahasa karena dianggap lebih menarik. Tagar asing digunakan agar unggahan dilihat lebih banyak orang.
S08-15-Kaltim	Senang dengan bahasa asing dan sering menggunakannya.	Tidak terlalu percaya diri karena juga menyukai bahasa Indonesia.	Sering mencampur bahasa. Tagar asing digunakan untuk menjangkau orang di luar negeri.
S09-15-Jabar	Kurang nyaman, lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia.	Kurang percaya diri, hanya menggunakan bahasa asing untuk judul unggahan.	Menggunakan bahasa asing untuk kata tambahan dan tagar agar unggahan tersebar lebih luas.
S10-16-Jabar	Sangat nyaman karena sekalian belajar.	Sangat percaya diri.	Sering mencampur bahasa agar lebih menarik. Tagar asing digunakan agar unggahan lebih mudah ditemukan.

Preferensi berbahasa asing yang diawali dengan rasa nyaman dalam menggunakan bahasa asing di kalangan generasi Z anggota *Studygram* menunjukkan kompleksitas yang dipengaruhi oleh berbagai faktor linguistik, sosial, dan teknologi. Hasil interpretasi dari subjek penelitian mengungkapkan bahwa tingkat keahlian bahasa, tujuan komunikasi, dan audiens yang ingin dijangkau menjadi determinan signifikan dalam preferensi kebahasaan. Sebagian besar subjek menunjukkan rasa nyaman berbahasa asing (khususnya Inggris) melalui takarir (*caption*), komentar, maupun cerita (*stories*) (8/10 subjek). *Studygram* sebagai media global dianggap memberikan peluang untuk menjangkau audiens internasional yang strategis dalam memperluas jangkauan

unggahannya dan meningkatkan interaksi digital lintas negara (S02 dan S03). Penggunaan bahasa asing juga dipandang sebagai sarana belajar berbahasa asing (S06 dan S10). Di samping itu, efisiensi istilah dalam bahasa asing serta seringnya istilah tersebut digunakan menjadi alasan lain terjadinya preferensi berbahasa asing (S04). Temuan ini memperkaya studi sebelumnya yang menyoroti bahasa asing sering digunakan karena dianggap lebih efisien dan mudah (Mileh, 2020). Meskipun demikian, rasa nyaman ini tidak universal. Subjek dengan penguasaan bahasa terbatas merasa kurang percaya diri dan memilih menggunakan bahasa Indonesia atau campur bahasa S07 dan S09).

Selanjutnya ihwal kepercayaan diri berbahasa asing di *Studygram* yang dipengaruhi oleh ekspektasi komunitas dan strategi komunikasi digital. Individu dengan paparan global tinggi lebih yakin menggunakan bahasa asing untuk memperluas jangkauan audiens (S03, S04, S05, dan S10), sementara yang kurang fasih menunjukkan ambivalensi (S01, S07, dan S09). Penggunaan bahasa asing juga dikaitkan dengan modernitas dan profesionalisme sebagai simbol status dalam interaksi digital (S06). Kepercayaan diri ini menjadi refleksi hasil dari dinamika sosial dan tekanan lingkungan digital di *Studygram*. Di samping itu, terdapat subjek penelitian yang netral (S02 dan S08) dan meyakini tingkat kepercayaan diri terhadap bahasa Indonesia masih tinggi.

Fenomena campur bahasa juga memperlihatkan dinamika kebahasaan yang khas di kalangan anggota (9/10 subjek), memperkuat preferensi berbahasa asing yang ada. Motivasi di balik praktik ini beragam, mulai dari upaya membangun citra modern dan kosmopolitan (S05, S06, S07 dan S10), menegaskan identitas digital yang dinamis (S03), memperkuat rasa percaya diri saat membahas topik yang bersifat pribadi (S04), atau bahkan sebagai peringkas maupun pelengkap (S04 dan S09). Praktik ini telah memperlihatkan adanya kesadaran linguistik dalam menyesuaikan gaya berbahasa dengan konteks komunikasi dan audiens yang ditargetkan (Novitasari et al., 2024).

Tagar berbahasa Inggris menjadi strategi sentral dalam memperkuat visibilitas unggahannya. Semua subjek (S01—S10) menyadari bahwa algoritma Instagram lebih mendukung konten berbahasa internasional, sehingga penggunaan tagar berbahasa Inggris menjadi pilihan rasional untuk meningkatkan keterjangkauan unggahannya. Strategi ini menunjukkan preferensi berbahasa disebabkan oleh pemahaman mekanisme media digital yang menempatkan bahasa asing sebagai alat optimasi keterlihatan konten.

Dari penjelasan tersebut, preferensi berbahasa asing di *Studygram* dipicu oleh beberapa faktor utama berdasarkan turunan dari indikator *xenoglosofilia* pada penelitian sebelumnya: (1) strategi menjangkau audiens global, (2) efisiensi dan kepraktisan istilah asing, (3) pengaruh komunitas dan ekspektasi sosial, (4) penciptaan citra modern dan profesional, serta (5) mekanisme optimalisasi algoritma digital.

Selain temuan tersebut, bahasa asing juga kerap dipandang sebagai simbol prestisius yang merepresentasikan kecerdasan, wawasan global, dan status sosial (Desrina, 2024; Fadhli et al., 2024; Putri & Sofyaningrum, 2024). Pandangan ini berakar pada dominasi bahasa-bahasa tertentu dalam wacana global yang identik dengan kemajuan teknologi, pendidikan, dan budaya populer. Persepsi ini mendorong individu untuk mempelajari dan menggunakan bahasa asing sebagai bentuk aktualisasi diri sekaligus penanda identitas sosial. Berikut adalah hasil tematisasi wawancara bersama subjek penelitian.

Tabel 4. Hasil Wawancara Penyebab *Xenoglosolia* Bagian 2

Subjek No-Usia-Asal	Indikator Simbol Prestise
S01-22-Kalteng	Memberikan kesan intelektual sebagai motivasi untuk terus belajar dan menguasai bahasa Inggris.
S02-19-Jabar	Terlihat eksklusif dan modern karena bahasa Inggris dianggap sulit dipelajari sehingga hanya bisa dipahami oleh orang-orang tertentu.
S03-20-Sulsel	Terlihat modern karena merupakan bahasa yang paling banyak dikuasai di dunia sehingga sering digunakan di media sosial karena karakteristik khasnya.
S04-20-Sulsel	Memberikan kesan intelektual dan modern; penggunaan bahasa Inggris dicampur dengan bahasa Indonesia untuk mempercepat pemahaman serta menjangkau audiens internasional.
S05-18-Bali	Menunjukkan kesan intelektual dengan nuansa santai serta modern; caption yang menggunakan bahasa Inggris dipilih agar unggahan lebih menarik dan relevan dengan gaya Gen Z.
S06-21-Jatim	Memberikan kesan intelektual; meskipun tidak dijelaskan secara rinci, tetap menunjukkan persetujuan atas persepsi tersebut.
S07-17-NTB	Memberikan kesan intelektual; meskipun tidak ada penjelasan lebih lanjut mengenai alasan penggunaan.
S08-15-Kaltim	Memberikan kesan intelektual dan modern karena penggunaan bahasa Inggris membantu memperluas jaringan, termasuk menjalin kenalan dengan pengguna dari luar negeri.
S09-15-Jabar	Terlihat modern, keren, dan asik; penggunaan gabungan bahasa Inggris dan Indonesia dipilih agar pesan lebih mudah dipahami oleh audiens.
S10-16-Jabar	Terlihat modern karena penggunaan bahasa Inggris dianggap mampu meningkatkan jumlah viewers konten sehingga membuat unggahan lebih menarik.

Data wawancara menunjukkan bahasa asing dalam komunitas *Studygram* tidak sekadar berperan sebagai perantara komunikasi, tetapi juga lambang status, kredibilitas, dan strategi digital. Semua responden menganggap bahasa asing sebagai penanda intelektualitas dan modernitas. Keberadaannya dalam konten digital meningkatkan daya tarik, memperluas jangkauan dalam skala global, serta menjadi kapital simbolik yang memperkuat citra akademik dan profesionalisme. Selain sebagai sarana membangun citra intelek, bahasa Inggris di *Studygram* juga digunakan untuk meningkatkan interaksi dan eksposur konten. Beberapa responden menyatakan konten berbahasa Inggris lebih berpotensi menarik perhatian algoritma media sosial sehingga meningkatkan jumlah *viewers* (pemirsa) dan *engagement* (keterlibatan) (S4 dan S10). Temuan ini menunjukkan bahwa pilihan bahasa dalam *Studygram* juga menjadi strategi untuk mendapatkan visibilitas yang lebih besar di media digital. Selain itu, sebagian besar responden menggunakannya untuk menampilkan persona yang lebih profesional dan berwibawa (S02, S03, S04, S08, dan S09), sementara S05 memanfaatkannya untuk menciptakan kesan santai dan lebih dekat dengan audiens. Hal ini menjadi tanda bahwa bahasa berfungsi sebagai elemen strategis dalam membangun identitas digital sesuai dengan citra yang ingin dikonstruksikan.

Dari temuan tersebut, penggunaan bahasa asing di *Studygram* dipengaruhi oleh beberapa faktor utama berdasarkan turunan indikator simbol prestise: (1) simbol kecerdasan dan modernitas, (2) peningkatan citra profesional dan akademik, (3) strategi menarik perhatian dan memperluas jangkauan, (4) membangun kesan eksklusif dan berkelas, serta (5) penyesuaian dengan tren global.

Analisis Level Sosio-Kultural (Implikasi terhadap Literasi Bahasa)

Fenomena *xenoglossofilia* di kalangan pengguna *Studygram* menunjukkan dominasi bahasa Inggris dalam komunikasi digital. Hal ini meningkatkan pemahaman bahasa asing tetapi juga mengurangi penggunaan padanan kata dalam bahasa Indonesia. Banyak istilah asing diadopsi tanpa penyesuaian. Ini dapat melemahkan kosakata dan kemampuan berbahasa Indonesia. Jika terus berlanjut, kondisi ini bisa menghambat pemahaman antar generasi dan memperlebar kesenjangan bahasa dalam masyarakat. Fenomena ini dapat ditelusuri melalui level sosiokultural dalam Analisis Wacana Kritis Fairclough yang mencakup tiga dimensi utama: (a) Situasional, yaitu konteks unik saat sebuah teks atau ujaran diciptakan; (b) Institusional, yaitu pengaruh institusi atau organisasi terhadap bentuk dan isi teks; dan (c) Sosial, yaitu kondisi makro dalam masyarakat seperti sistem politik, ekonomi, dan budaya yang membingkai praktik berbahasa. Berikut adalah tabel hasil verifikasi pemahaman bahasa asing serta uji pemahaman padanan kata dalam bahasa Indonesia.

Tabel 5. Hasil Wawancara Implikasi Terhadap Literasi Bahasa

Subjek		Indikator
No-Usia-Asal	Pemahaman Bahasa Asing	Pemahaman Padanan Kata
S01-22 Kalteng	Meningkat karena sering melihat akun luar negeri, terutama dalam bahasa Inggris.	Memahami beberapa padanan seperti <i>notes</i> (catatan), <i>study</i> (belajar), <i>upload</i> (posting/memposting), <i>aesthetic</i> (indah), dan <i>lettering</i> (tulisan indah).
S02-19 Jabar	Belajar bahasa Spanyol dan Tagalog karena interaksi dengan teman luar negeri. Memahami lebih banyak kosakata bahasa Inggris.	Mengenali banyak padanan dengan benar, seperti <i>upload</i> (unggah), <i>mention</i> (menyebutkan), <i>notes</i> (catatan), <i>study</i> (belajar), <i>lettering</i> (kaligrafi), dan <i>aesthetic</i> (estetik).
S03-20 Sulsel	Meningkat setelah bertahun-tahun mengikuti <i>Studygram</i> . Terbiasa menggunakan bahasa Inggris dalam konteks akademik dan media sosial.	Memahami beberapa istilah seperti <i>notes</i> (catatan), <i>study</i> (pelajaran), dan <i>aesthetic</i> (hal yang mempunyai keindahan).
S04-20 Sulsel	Mengalami perkembangan bahasa Inggris yang signifikan melalui <i>Studygram</i> .	Mengaku mengetahui semua istilah asing yang diuji tetapi tidak menyebutkan padanan kata dalam bahasa Indonesia.
S05-18 Bali	Terbiasa menggunakan bahasa Inggris dalam konten karena banyak referensi akademik yang memakai bahasa tersebut.	Mengaku mengetahui beberapa istilah tetapi tidak menyebutkan padanan kata dalam bahasa Indonesia.
S06-21 Jatim	Mengalami peningkatan dalam bahasa Inggris karena banyak melihat dan menggunakan istilah asing di konten digital.	Menyebutkan bahwa istilah asing sering digunakan dalam konten untuk menarik perhatian, tetapi tidak menyebutkan padanan katanya dalam bahasa Indonesia.
S07-17 NTB	Terbiasa dengan bahasa Inggris tetapi tidak sepenuhnya memahami kosakata baru.	Mengaku mengetahui istilah asing tetapi tidak menyebutkan padanan katanya dalam bahasa Indonesia.
S08-15 Kaltim	Meningkat dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia karena interaksi dengan komunitas <i>Studygram</i> .	Memahami beberapa padanan kata <i>upload</i> (unggah), <i>mention</i> (menyebut), <i>notes</i> (catatan), <i>study</i> (belajar), <i>lettering</i> (seni menulis huruf indah), <i>post</i> (mengunggah), dan <i>aesthetic</i> (keestetikan atau keindahan).
S09-15 Jabar	Memahami banyak kata dalam bahasa Inggris melalui konten <i>Studygram</i> .	Familiar dengan istilah asing tetapi menyatakan hanya sebatas mengetahui tanpa pemahaman mendalam.
S10-16 Jabar	<i>Studygram</i> berpengaruh besar dalam meningkatkan kemampuan bahasa,	Mengaku mengetahui semua istilah asing yang diuji tetapi tidak memberikan padanan katanya

terutama bahasa Inggris.

dalam bahasa Indonesia.

Penggunaan bahasa asing di *Studygram* berimplikasi signifikan terhadap peningkatan kemampuan berbahasa asing (S01—S10). Semua subjek penelitian mengakui adanya eksposur terhadap bahasa asing, khususnya bahasa Inggris. Mereka juga menyadari adanya stimulasi untuk memahami, mengadaptasi, bahkan mempelajari bahasa asing lainnya. Temuan ini membuktikan dimensi situasional saat ragam bahasa tulis diproduksi dengan adanya interaksi dalam ekosistem *Studygram* yang mendorong akuisisi bahasa secara alami melalui mediasi sosial dan paparan konten lintas budaya.

Data menunjukkan bahwa tidak hanya bahasa Inggris yang berkembang dalam ekosistem *Studygram*, tetapi juga bahasa lain seperti Spanyol dan Tagalog (S02). Hal ini menandakan bahwa media sosial berbasis akademik juga berperan sebagai katalis dalam pembelajaran bahasa lintas budaya (Irawaty & Prasastiningtyas, 2023; Martarini et al., 2021). *Studygram* telah menyediakan lingkungan belajar non-formal yang memaksa individu untuk mengonstruksi pemahaman bahasa secara natural. Ini membuktikan bahwa *Studygram* telah menjadi dimensi institusional bagi generasi Z dalam berbahasa di media sosial.

Xenoglosophilia juga berimplikasi pada pengabaian padanan kata dalam bahasa Indonesia. Hasil uji pemahaman menunjukkan bahwa responden secara dominan memiliki pemahaman terhadap istilah dalam bahasa Inggris yang diuji. Sebagian besar responden tidak mengalami kesulitan dalam memahami istilah yang ditanyakan. Bahkan, beberapa di antaranya dapat memberikan padanan bahasa Indonesia yang cukup akurat. Adapun istilah *tags* (gamit) dan *caption* (takarir) tidak ada responden yang berhasil menjawab dengan tepat, meskipun mereka sebenarnya memahami konteks penggunaannya. Temuan ini melengkapi temuan sebelumnya ihwal sebab *xenoglosophilia* karena minimnya pengetahuan padanan kata (Rahmawati et al., 2022; Rufaida, 2023). Setelah diteliti lebih lanjut, meskipun beberapa padanan tersebut sudah diketahui, preferensi menggunakan istilah bahasa asing ternyata masih dominan. Hal ini menunjukkan bahasa asing menjadi standar komunikasi yang dianggap relevan, ekspresif, dan sesuai dengan identitas komunitas digital yang mengarah pada pengabaian istilah/padanan yang ada dalam bahasa Indonesia.

Responden dengan pengalaman lebih dalam di komunitas digital menunjukkan kesadaran bahwa penggunaan istilah asing memiliki daya tarik tertentu. Temuan ini menunjukkan adanya dimensi sosial generasi Z yang turut memengaruhi pemilihan bahasa pada ragam bahasa tulis yang diproduksi. Misalnya, S06 menyatakan bahwa istilah dalam bahasa Inggris sering digunakan untuk meningkatkan minat audiens dan menciptakan kesan yang lebih menarik dalam konten.

“Mengetahui, beberapa kata tersebut digunakan sebagai bentuk mencari perhatian minat ataupun agar terlihat lebih menarik di bagian konten ataupun di bagian yang ingin disajikan dalam bentuk postingan maupun dalam bentuk video. Bahkan, di beberapa video banyak menggunakan bahasa asing yang digabungkan dengan bahasa Indonesia agar videonya terlihat lebih menarik dan mencontoh seperti kreator konten lainnya.” (S06-21-Jatim)

Anggapan tersebut menguatkan temuan Hasanah et al. (2023) yang meninjau bahwa sebuah media dengan penggunaan bahasa asing dan gaul dapat menarik minat generasi muda untuk melihatnya. Subjek 03 juga menyoroti bahwa istilah-istilah ini tidak hanya dipahami, tetapi juga telah menjadi bagian dari ekosistem *Studygram* yang sulit dipisahkan. Subjek 09 bahkan mengakui bahwa istilah tersebut telah menjadi sesuatu yang "terikat" dalam komunikasi sehari-hari. Hal ini menegaskan bahwa eksposur yang terus-menerus terhadap bahasa asing menciptakan normalisasi penggunaan istilah tersebut.

“Kata ini sangat tidak asing jika menjadi *Studygram*, ya...” (S03-20-Sumsel)

“Kayaknya saya cuman tahu, bukan yang paham banget istilah2 itu. Saya udah familiar dan emang terikat banget sama semua istilahnya.” (S09-15-Jabar)

Faktor lain yang memperkuat kecenderungan ini adalah persepsi bahwa beberapa padanan bahasa Indonesia kurang akurat atau tidak dapat menggambarkan makna secara tepat. Subjek 02 menyebutkan bahwa *lettering* dan *kaligrafi* memiliki perbedaan makna yang mencerminkan beberapa istilah dalam bahasa Inggris sulit dicari padanannya dalam bahasa Indonesia (Yohana, 2023).

“...Lettering: kaligrafi, tapi katanya kaligrafi & lettering beda, sih.” (S02-19-Jabar)

Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk menyeimbangkan penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa asing dalam komunitas digital. Penting untuk memperkenalkan padanan kata melalui penguatan sosialisasi Trigatra Bangun Bahasa secara masif, kreatif, dan berkelanjutan di berbagai lapisan masyarakat. Konsep Trigatra Bangun Bahasa merujuk pada tiga pilar utama dalam prioritas berbahasa, yakni pengutamaan bahasa Indonesia sebagai identitas nasional, pelestarian bahasa daerah sebagai kekayaan bangsa, dan penguasaan bahasa asing sebagai sarana komunikasi global. Selain itu, diperlukan kolaborasi aktif antara komunitas bahasa dan para *Studygrammer* dalam memproduksi konten edukatif yang menonjolkan urgensi penggunaan bahasa Indonesia sebagai identitas nasional di ranah digital.

Simpulan

Fenomena *xenoglosifilia* dalam komunitas *Studygram* merefleksikan pergeseran pola komunikasi digital generasi Z yang semakin terpolarisasi oleh dominasi bahasa asing. Berdasarkan analisis terhadap 300 unggahan dari 10 informan, ditemukan fenomena *xenoglosifilia* melalui praktik campur kode ke luar secara masif pada level leksikal (kata dan frasa) meliputi nomina, verba, pronomina, adverbial, preposisi, konjungsi, adjektiva, dan interjeksi serta alih kode ke luar dalam struktur klausa dan kalimat pada nominal, verbal, adverbial, dan adjektival. Bentuk-bentuk *xenoglosifilia* yang ditemukan mencerminkan adanya nilai *eksperimental*, relasional, dan ekspresif pada level tekstual dalam Analisis Wacana Kritis Fairclough. Preferensi penggunaan bahasa asing dipicu oleh lima faktor determinan utama berdasarkan level praktik diskursif, yaitu strategi menjangkau audiens global, efisiensi terminologis, pengaruh komunitas dan ekspektasi sosial, pembentukan citra modern dan profesional, serta optimasi algoritma digital. Secara bersamaan, bahasa asing juga direpresentasikan sebagai simbol prestise yang merefleksikan kecerdasan, modernitas, eksklusivitas, dan peningkatan legitimasi akademik. Kondisi ini menunjukkan bahwa bahasa asing tidak semata sebagai alat komunikasi, melainkan telah bertransformasi menjadi simbol identitas digital sekaligus modal sosial dalam ekosistem akademik daring. Meskipun memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan bahasa asing, fenomena ini juga berkontribusi pada pengabaian padanan kata dalam bahasa Indonesia. Pada level situasional, hal ini tercermin dari pemilihan diksi yang lebih mengutamakan daya tarik audiens digital. Secara institusional, kebiasaan ini diperkuat oleh fungsi *Studygram* sebagai ruang belajar alternatif yang membentuk preferensi linguistik. Sementara itu, pada level sosial, penggunaan bahasa asing secara dominan menggambarkan pengaruh globalisasi yang mendorong marginalisasi bahasa Indonesia serta memperlebar jarak antarpenutur lintas generasi.

Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan penguatan program Trigatra Bangun Bahasa secara masif, kreatif, dan berkelanjutan. Selain itu, diperlukan kolaborasi strategis antara komunitas linguistik dan para pelaku *Studygram* dalam memproduksi konten edukatif yang mengarusutamakan bahasa Indonesia di ruang digital. Penelitian

ini membuka ruang untuk studi lebih lanjut mengenai fenomena *xenoglossolia* berkaitan dengan faktor sosial dan psikologis yang memengaruhi preferensi bahasa. Penelitian lanjutan dapat menggali lebih dalam ihwal pengaruh berbahasa asing berlebihan terhadap perkembangan bahasa Indonesia dalam ranah yang lebih kompleks dan subjek yang lebih beragam.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, W., Zahra, A., & Salsabila. (2024). Ragam Bahasa Gaul Generasi Z di Media Sosial Twitter. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 5(1), 132–139. <https://doi.org/10.36312/jcm.v5i1.2568>
- Arango-Montoya, S., & Gallardo-Echenique, E. (2022). Studygrammers: Learning Influencers as a Source of Credibility. *2021 XVI Latin American Conference on Learning Technologies (LACLO)*, 558–561. <https://doi.org/10.1109/LACLO54177.2021.00102>
- Arnas, B. (2019). Xenoglossy dan Sastra. *Prosiding Seminar Nasional Bulan Bahasa (Semiba)*, 5–13. <https://ejournal.unib.ac.id/semiba/article/view/10272>
- Arum, S. L., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Barus, E. S. B., Manik, J. C., Siahaan, L. S., Nuraini, N., & Lubis, F. (2023). Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough pada Laman Babad.Id Tentang Pergantian ke Kurikulum Merdeka. *Jurnal IdeBahasa (Inspirasi Dosen Bahasa dan Sastra)*, 5(1), 111–118. <https://doi.org/10.37296/idebahasa.v5i1.122>
- Boltivets, S. (2023). *Xenomania in The Guise of Xenophobia: Intimidation for The Sake of Foreign Domination*. 87(1), 26–35. <https://doi.org/10.35774/pis2023.01>
- Cahayu, N., Sumbayak, L. R., & Hadi, W. (2024). Pengaruh Penggunaan Bahasa Gaul terhadap Kemampuan Berbahasa Indonesia pada Generasi-Z. *Protasis: Jurnal Bahasa, Sastra, Budaya, dan Pengajarannya*, 3(1), 62–70. <https://doi.org/10.55606/protasis.v3i1.138>
- Cahyani, M. I., Agan, S., & Lailiyah, N. (2021). Interferensi Bahasa Inggris terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Komunikasi Remaja di Twitter dan Instagram. *Prosiding SEMDIKJAR*, 4, 450–462. <https://doi.org/10.29407/7xtt3h60>
- Chan, C. K. Y., & Lee, K. K. W. (2023). The AI Generation Gap : Are Gen Z Students More Interested in Adopting Generative AI Such As ChatGPT in Teaching and Learning than Their Gen X and Millennial Generation Teachers? *Smart Learning Environments*, 1–23. <https://doi.org/10.1186/s40561-023-00269-3> (2023)
- Czakov, W., Mania, K., Jedynak, M., Ku'zniarska, A., Choi'nski, M., & Dabi', M. (2024). Who are we? Analyzing The Digital Identities of Organizations Through The Lens of Micro-Interactions on Social Media. *Technological Forecasting & Social Change*, 198. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123012>
- Desrina, I. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Gaya Bahasa Remaja: Studi Literatur tentang Bahasa Gaul dan Adaptasinya dalam Bahasa Indonesia. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(4), 1617–1623. <https://doi.org/10.31004/irje.v4i4.1418>
- Dewani, S. L., Presida, S. B., Saputra, A. F., & Putri, C. S. (2024). Realitas Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Media Sosial TikTok Mahasiswa. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(3), 1–14. <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i3.165>
- Efendia, A. N., & Mubayyamah. (2023). Sociocultural Practice on Online News DPR's Plan to Print Money to Mitigate the Impact of Covid-19. *Ranah Research: Journal Of*

- Multidisciplinary Research and Development*, 12(1), 138–151. <https://doi.org/10.26499/rnh.v12i1.2788>
- Fadhli, Efendi, A., & Hidayat, N. S. (2024). Bahasa , Status Sosial , dan Pendidikan: Pendekatan Sociolinguistik. *AL YASINI: Jurnal Keislaman, Sosial, Hukum dan Pendidikan*, 09(2), 295–305. <https://doi.org/10.55102/alyasini.v9i2.6466>
- Fajri, L. M. I., & Sabardila, A. (2021). Humor Bahasa dalam Film Ooo Menu Jarin: Kurang Menge sebagai Kritik Terhadap Fenomena Xenoglosofilia di Ruang Publik. *Cakrawala Linguista*, 4(1), 11–21. <https://doi.org/10.26737/cling.v4i1.2444>
- Fasold, R. W. (1984). *The Sociolinguistics of Society*. B. Blackwell Publisher.
- Fitriah, L., Santoso, A., & Taufiqurrahman, F. (2023). Proses Fonologis Bahasa Gaul Generasi 'Z' di Sosial Media (Analisis Fonologi Generatif). *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 9(1), 80–88. <https://doi.org/10.30605/onoma.v9i1.2126>
- Gultom, E. A., Sinaga, W. A., Situngkir, R. L., & Sari, Y. (2024). Analisis Kedwibahasaan terhadap Pembentukan Identitas Sosial Generasi Z. *Dinamika Pembelajaran : Jurnal Pendidikan dan Bahasa*, 1(4), 155–169. <https://doi.org/10.62383/dilan.v1i4.847>
- Hadi, D. A., Prayitno, H. J., Sumardjoko, B., Afiahah, N. A., Kartini, N. H., & Jamaluddin, N. (2024). Criticism of Xenoglossophilia in National Competition Pamphlets and Its Implementation with Presidential Decree Number 63 of 2019. *Proceedings of the 3rd International Conference on Education for All (ICEDUALL 2023)*, 43–54. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-226-2_5
- Hajrah, H., Jufri, J., & Dalle, A. (2024). Representasi Kekuasaan dalam Teks Pidato Presiden Joko Widodo: AWK Norman Fairclough. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(3), 2472–2483. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i3.3858>
- Harahap, G. R., & Alfikri, M. (2023). Fenomena Bahasa Gaul sebagai Komunikasi Generasi Z di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Bandar Perdagangan. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(2), 600–606. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i2.259>
- Hasanah, A., Yuniawan, T., & Baehaqie, I. (2023). Wujud Satuan Ekspresi Populer pada Wacana Berita Online di Era Teknologi. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, LALONGET IV, 49–57. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.vi.11737>
- Irawaty, S., & Prasastiningtyas, W. (2023). Peran Komunikasi Lintas Budaya dalam Fungsi Sosial dan Potensi Maslah yang Timbul (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sangga Buana dalam Pertukaran Pelajar). *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 1765–1777. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1708>
- Ismail, D. H., Nugroho, J., & Rohayati, T. (2023). *Literature Review : Soft Skill Needed by Gen Z in the Era RI 4.0 and 5.0*. 20(1), 119–131. <https://doi.org/10.31334/bijak.v20i1.3119>
- Jannah, N., Ratnasari, A., & Rozekki. (2023). Diskursus Kritis dalam Catatan Najwa Karya Najwa Shihab: Pendekatan Relasi Bahasa dan Kekuasaan Norman Fairclough. *Buana Bastra: Jurnal Bahasa, Susastra, dan Pembelajarannya*, 10(2), 39–50. <https://doi.org/10.36456/bastra.vol10.no2.a8637>
- Junaidi, R., & Haryadi, D. (2021). Media dan Produksi Bahasa pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 3(1), 48–64. <https://doi.org/10.24014/kjcs.v3i1.12511>
- Khansa, N. M. (2022). Pengaruh Globalisasi terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia. *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.21067/jibs.v9i1.6453>
- Khoirunnisa, K., & Aidha, F. A. (2024). Konvergensi dan Tipologi Makna Humor sebagai Konstruksi Konteks Komunikasi Ala Gen Z: Perspektif Ekolinguistik. *GHANCARAN:*

- Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Lalonget V*, 485–498.
<https://doi.org/10.19105/ghancaran.vi.17353>
- Khoirunnisak, A., Febriana, A. N., Mansur, Hermawati, A., & Sani, M. U. (2025). Revitalisasi Komunikasi Sosial di Era Modern. *Journal of Democratia*, 3(1), 11–19.
<https://doi.org/10.31331/jade.v3i1.3620>
- Kridalaksana, H. (2013). *Kamus Linguistik (Edisi Keempat)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kulsum, U. (2022). Gadget pada Generasi Z: MEDIA Pembelajaran di Masa Pandemi Covid. *Jurnal Guru Kita*, 6(2), 105–116. <https://doi.org/10.24114/jgk.v6i2.33438>
- Lanin, I. (2018). *Xenoglosofilia: Kenapa Harus Nginggris?* Penerbit Buku Kompas.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.v6i1.4075>
- Lüders, A., Dinkelberg, A., & Quayle, M. (2022). Becoming “Us” in Digital Spaces: How Online Users Creatively and Strategically Exploit Social Media Affordances to Build Up Social Identity. *Acta Psychologica*, 228, 103643. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103643>
- Lussier, C. M., Ditta, A. S., & Speer, A. C. (2023). The Potential Power of “Studygram”: Concrete Visual Representations May Increase Student Motivation, Engagement, and Enjoyment of Routine Course Assignments. *Psychology in the Schools*, 60(12), 4841–4856. <https://doi.org/10.1002/pits.22936>
- Mare, F. J., & Arif, U. Q. (2024). Analisis Wacana Kritis Tentang Perempuan dalam Stiker Angkutan Kota di Kota Larantuka. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 6845–6855. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11120>
- Martarini, N. M. L., Yulianti, K. A. R., & Sastaparamitha, N. N. A. J. (2021). Media Sosial dan Pembelajaran: Studi Efektivitas Instagram dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 7(2), 375–382. <https://doi.org/10.30605/onoma.v7i2.1227>
- Mileh, I. N. (2020). Campur Kode Pemakaian Bahasa Indonesia pada Wacana Iklan. *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa dan Budaya*, 4(1), 35–43. <https://doi.org/10.22225/kulturistik.4.1.1560>
- Munfarida, E. (2014). Analisis Wacana Kritis dalam Perspektif Norman Fairclough. *Komunika*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.24090/komunika.v8i1.746>
- Nababan, P. W. J. (1984). *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Napoleoncat. (2025). *Social Media Users in Indonesia*. Napoleoncat.Com. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2025/02/>
- Nizza, I. E., Farr, J., & Smith, J. A. (2021). Achieving Excellence in Interpretative Phenomenological Analysis (IPA): Four Markers of High Quality. *Quality in Qualitative Approaches: Celebrating Heterogeneity Submit an Article Journal Homepage*, 18(3), 369–386. <https://doi.org/10.1080/14780887.2020.1854404>
- Nopiyadi, D., & Guntur, M. (2024). Analisis Campur Kode pada Pidato General Manager Bentani Hotel dalam Rapat Kerja tahunan. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* Volume, 4(2), 9487–9496. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.15505>
- Novitasari, A. D., Darojatin, M. Z., Zahra, S. A., Azizah, U. N., Kharisma, W. A., & Arum, D. P. (2024). Normalizing Non-Formal Language: The Role Of Influencers In Shifting The Boundaries Of Language Policy In Digital Spaces. *JUSKOP-Jurnal Studi Komunikasi dan Politik*, 1(1), 113–124. <https://doi.org/10.3342/juskop.v1i1.3611>
- Nugraeni, A. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda. *Jurnal Inovasi dan Tren*, 2(1), 142–147.

- <https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2247> ?
- Nyimbili, F., & Nyimbili, L. (2024). Types of Purposive Sampling Techniques with Their Examples and Application in Qualitative Research Studies. *British Journal of Multidisciplinary and Advanced Studies*, 5(1), 90–99. <https://doi.org/10.37745/bjmas.2022.0419>
- Pere, M. F., Robot, M., & Swan, M. V. D. . (2024). Analisis Wacana Kritis Teks Berita Kebijakan Gubernur NTT Tentang Jam Masuk Sekolah. *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 4(2), 413–437. <https://doi.org/10.59895/deliberatio.v4i2.467>
- Permana, R., Trikusumaningtias, I., & Adinugroho, P. (2024). Freedom of Speech di Ruang Virtual: Analisis Wacana Fairclough pada Kanal Youtube Rocky Gerung Official Restiawan. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi (JIMIK)*, 5(3), 3199–3210. <https://doi.org/10.26499/rnh.v13i1.5267>
- Pratidina, N. D., & Mitha, J. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810–815. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3083>
- Putri, I. T., & Sofyaningrum, R. (2024). Pemaknaan dan Penggunaan Bahasa Gaul oleh Gen Alpha dalam Komunikasi Online di Era Society 5.0. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 4(4), 871–886. <https://doi.org/10.53769/deiktis.v4i4.1180>
- Rahayu, W. (2023). Penggunaan dan Pemaknaan Bahasa Indonesia pada Era Globalisasi. *Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 158–162. <https://doi.org/10.58705/jpm.v2i1.117>
- Rahmawati, K. D., Hardini, T. I., Sunendar, D., & Fasya, M. (2022). Xenoglosofilia : Ancaman Terhadap Pergeseran Bahasa Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 22(2), 168–181. <https://doi.org/10.17509/jpp.v22i2.48110>
- Rufaida, B. S. (2023). Pengaruh Gaya Bahasa Generasi Z dalam Berbahasa Indonesia di Era Globalisasi terhadap Keutuhan Bahasa Indonesia Bilqis. *Translation and Linguistics (Transling)*, 3(3), 169–181. <https://doi.org/10.20961/transling.v3i3.82707>
- Safira, R. (2023). Dampak Kemajuan Teknologi pada Pendidikan Bahasa Indonesia. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(3), 54–62. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i3.1329>
- Safitri, K. H., Nandya, S., Koriatin, & Wilsa, J. (2024). Xenoglosofilia Tata Ruang Publik pada Nama Tempat Usaha di Jalan Cipto Mangunkusumo Kota Cirebon. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3), 11430–11435. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i3.32615>
- Salsabila, F. L., Widiyanarti, T., Ashari, S. D., Zahra, T., & Fadhilah, S. A. (2024). Pengaruh Globalisasi terhadap Perubahan Komunikasi antar Budaya pada Generasi Z. *Indonesian Culture and Religion*, 1(4), 1–13. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i4.110>
- Sari, D. N. I., A, J., & Bariyadin. (2020). Campur Kode Bahasa Alay di Kalangan Remaja SMP Taruna Surabaya Timur. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(1), 17–22. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.v2i1.3101>
- Sari, L. K. (2023). Xenoglosofilia pada Akun Instagram Indonesian Event; Potret Terkini Retorika Tulisan Indonesia dan Implikasinya Terhadap Pendidikan Bahasa Indonesia. *Jurnal on Teacher Education*, 4(3), 28–41. <https://doi.org/10.31004/jote.v4i3.11218>
- Setiadarma, A., Abdullah, A. Z., Sadjijo, P., & Firmansyah, D. (2024). Tinjauan Literatur Transformasi Sosial dalam Era Virtual. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial*

- Humaniora*, 4(1), 232–244. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v4i1.2930>
- Setyaningsih, P. D. J., Sudiyana, B., & Kusumaningsih, D. (2024). Kosakata Ideologi dalam Alat Peraga Kampanye Pemilu 2024: Analisis Praktik Kreativitas Bahasa. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 13(1), 17–32. <https://doi.org/10.26499/rnh.v13i1.5267>
- Siregar, H., Tampubolon, Q. A., Ribreka, D., Pratama, O. J., & Tansliova, L. (2024). Pengaruh Bahasa Gaul terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia di Kalangan Gen Z. *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika*, 2(3), 40–53. <https://doi.org/10.51903/bersatu.v2i3.707>
- Smith, J. A., Larkin, M., & Flowers, P. (2021). *Interpretative Phenomenological Analysis : Theory, Method and Research*. Sage Publications 100 p. <http://digital.casalini.it/9781529780796>
- Smith, J. A., & Nizza, I. E. (2022). *Essentials of Interpretative Phenomenological Analysis*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000259-000>
- Spolsky, B. (1998). *Sociolinguistics*. Oxford University Press.
- Suleman, J., & Islamiyah, E. P. N. (2018). Dampak Penggunaan Bahasa Gaul di Kalangan Remaja terhadap Bahasa Indonesia. *Prosiding SENASBASA (Seminar Nasional Bahasa dan Sastra)*, 3, 153–158. <https://doi.org/10.33559/esr.v3i3.971>
- Sundani, M. F. F. R., Budiman, M. R. A., Mardliyyah, S., Sari, N. W., & Salsabila, S. P. (2024). Xenoglosfilia: Gambaran Self-Esteem pada Generasi Z yang Gemar Mencampurkan Bahasa. *PSIKODINAMIKA: Jurnal Literasi Psikologi*, 4(2), 94–102. <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v4i2.4346>
- Talukder, S., & Barner-rasmussen, W. (2024). Exploring The Language Choice Dilemma of International Small Firms : A social Exchange Perspective on English-Only Versus Multilingualism. *International Business Review*, 33. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2024.102257>
- Triafida, F., Prameswari, C., Rustianik, N., Ila, F. S., Ghozali, T., & Nurhayati, E. (2023). Eksistensi Penggunaan Bahasa Gaul pada Media Sosial X yang Mempengaruhi Gaya Bahasa Gen-Z. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(3), 6036-. <https://doi.org/10.23969/jp.v8i3.12017>
- Wiryajaya, G., Rosadi, S. S., Sarumaha, Y., Saragih, A. Z., Santoso, E., & Rosmaini. (2025). Pergeseran Kaidah Bahasa Indonesia di Kalangan Gen Z dan Milenial Akibat Dampak Teknologi dan Budaya Pop. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(1), 01–10. <https://doi.org/10.30640/trending.v3i1.3271>
- Yohana, F. M. (2023). Penggunaan Alih Kode dan Campur Kode dalam Percakapan Grup Whatsapp Halan-Halan Syantix. *Prosiding Konferensi Berbahasa Indonesia Universitas Indraprasta PGRI*, 46–59. <https://doi.org/10.30998/kibar.27-10-2022.6297>