

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinuraida, I. D. A. (2017). Alih Kode dan Campur Kode dalam Bahasa Indonesia oleh Mahasiswa Prodi Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Galuh Ciamis. *Jurnal Diksatrasia*, 1(2), 65–75.
- Akhii, L., Rahayu, N., & Wulandari, C. (2018). Campur Kode dan Alih Kode dalam Percakapan di Lingkup Perpustakaan Universitas Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Korpus*, II(1), 45–55.
- Aprilani, F. (2017). Verba Temiru dan Modifikasinya: Kajian Struktur. *Izumi*, 6(1).
- Aswadi, D., & Susilawati, E. (2017). Penggunaan Register Berupa Nomina di Kalangan Pedagang Tradisional Pasar Terapung Kota Banjarmasin. *Stilistika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 2(2), 210–221.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2014). *Sosiolinguistik (Perkenalan Awal)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Damayanti, E. (2019). Kesalahan Penggunaan Bahasa pada Iklan Komersial Media Luar Ruang di Kabupaten Kediri. *Jubindo; Jurnal Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(2), 85–102. <https://doi.org/10.32938/jbi.v4i2.201>
- Fakhriyah, H., & Suwardi, ; (2019). Pengaruh Media Iklan Makanan Terhadap Pola Makan Anak Usia 4-6 Tahun. *Eprints Universitas Al-Azhar Indonesia*, 10. Retrieved from <https://eprints.uai.ac.id/1463/>
- Fardani, M. A., & Wiranti, D. A. (2019). Bentuk dan Proses Pembentukan Bahasa Prokem Para Pekerja Manyeng di Desa Garung Lor Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus. *Kredo*, 2(2).
- Fauziyah, A., Itaristanti, & Mulyaningsih, I. (2012). Fenomena Alih Kode dan Campur Kode dalam Angkutan Umum (Elf) Jurusan Sindang Terminal_Harjamukti Cirebon. *Jurnal Sebasa*, 79–90.

- Fitriani, Y., Ngudining, R., & Wulandari, C. (2017). Bahasa Pedagang Ikan di Pasar Panorama Bengkulu (Kajian Sociolinguistik). *Jurnal Korpus*, 1(1), 118–131.
- Hasyim, M. (2008). Faktor Penentu Penggunaan Bahasa pada Masyarakat Tuter Makassar : Kajian Sociolinguistik di Kabupaten Gowa. *Humaniora*, 20(1), 75–88.
- Jamil, T. M., & Wirduna. (2017). Penggunaan Bahasa Campur Kode dalam Rapat Resmi Dewan Perwakilan Rakyat Aceh. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (SNP) Unsyiah*, (1), 190–198.
- Kholidah, U., & Haryadi. (2017). Wujud Pilihan Kode Tuter Mahasiswa Aceh pada Ranah Pergaulan di Semarang. *Seloka*, 6(2), 208–217.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Mahsun. (2005). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan, Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Depok: Rajawali Pers.
- Marni, W. A. O. D. E. (2016). Campur Kode dan Alih Kode dalam Peristiwa Jual Beli di Pasar Labuan Tobelo Kecamatan Wakorumba Utara Kabupaten Buton Utara. *Jurnal Bastra (Bahasa Dan Sastra)*, 2(1), 1–15.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munjin. (2008). Ekspresi Bahasa dan Gender : Sebuah Kajian Sociolinguistik. *Yin Yang: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 3(2).
- Nurhadi, Z. F., Salamah, U., & Yuniar, A. A. (2020). Motif Penggunaan Youtube sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Millennial. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(2), 170–190.
- Nursalim. (2014). Iklan dan Implikasinya dalam Pendidikan. *Kutubkhanah*, 17(2), 255–264.
- Prabowo, A., & Heriyanto. (2013). Analisis Pemanfaatan Buku Elektronik (E-BOOK)

- oleh Pemustaka di Perpustakaan SMA Negeri 1 Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(2), 1–9.
- Prayudi, S., & Nasution, W. (2020). Ragam Bahasa dalam Media Sosial Twitter: Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Metamorfosa*, 8(2), 269–280.
- Rahmawati, M. (2014). Nilai Religius dalam Novel Hidayah Dalam Cinta Karya Rohmat Nurhadi Alkastani: Tinjauan Semiotik dan Implementasinya Sebagai Bahan Ajar Sastra di SMA.
- Rulyandi, Rohmadi, M., & Sulistyono, E. T. (2014). Alih Kode dan Campur Kode dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. *Paedagogia*, 17(1), 27–39.
- Sari, D. P., Rusminto, N. E., & Agustina, E. S. (2017). Alih Kode dan Campur Kode Masyarakat Kelurahan Sukajawa Bandar Lampung dan Implikasinya. *Jurnal Kata (Alih Kode, Campur Kode, Dan Pembelajaran)*, 1–8.
- Saroh, & Juansah, D. E. (2018). Ragam Bahasa pada Jejaring Sosial Facebook dan Penggunaannya sebagai Alternatif Bahan Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Membaca*, 3(1), 65–72.
- Srihartatik, A., & Mulyani, S. (2017). Alih Kode dan Campur Kode Masyarakat Tutar di Pasar Tradisional Plered Cirebon. *Jurnal Literasi*, 1(2), 33–40.
- Sulastriana, E. (2017). Sikap Bahasa dan Pemilihan Bahasa Mahasiswa Urban di IKIP PGRI Pontianak. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 6(2), 258–270.
- Sumarsono. (2017). *Sociolinguistik*. (J. Irianto, Ed.). Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Tasruddin, R. (2017). Tren Periklanan di Media Sosial. *Jurnal Komodifikasi*, 5, 15–20.
- Utomo, D. W. (2014). Register Laporan Pandangan Mata Komentator Sepakbola (Sebuah Kajian Sociolinguistik). *Jurnal Sasindo*, 1, 16–33.
- Wahidah, B. Y. K. (2019). Komparasi Berbagai Definisi Mengenai Frasa dan Kata Majemuk dalam Media Sosial Google Berdasarkan Kajian Sintaksis. *Jurnal*

Pendidikan Mandala, 4(5), 178–182.

Wahyuni, D. (2004). Kajian Sociolinguistik Pada Stiker Kendaraan Bermotor Roda Dua di Kota Bandung.

Widianto, E., & Fathurohman, I. (2019). Variasi Tunggal Bahasa dalam Interaksi Penjual dan Pembeli di Kawasan Makam Sunan Muria. *Kredo*, 3202(1), 164–170.

Widianto, E., & Zulaeha, I. (2016). Pilihan Bahasa dalam Interaksi Pembelajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 124–135.

Widyawati, A. (2017). Bahasa Iklan Penawran Barang atau Jasa dan Implementasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Stilistika*, 3(2), 1–8.

Wijayanti, K. D. (2019). Baster pada Penutur Bilingual Jawa-Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (Semantiks)*, 732–740.

