

ABSTRAK

Fenomena alih kode menjadi semakin merambah luas di era media digital, terutama di platform seperti Instagram yang kini digunakan secara luas sebagai media penyampaian informasi. Untuk mendalami fenomena ini, penelitian ini mengkaji praktik alih kode dalam *feature post* berbasis teks pada akun Instagram @whiteboardjournal, khususnya pada kategori *Wait, What?* yang dipublikasikan sepanjang Desember 2024 hingga Maret 2025. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tipe alih kode berdasarkan teori Poplack (1980), menganalisis fungsi alih kode berdasarkan teori Hoffman (1991), serta menginvestigasi representasi identitas tim editorial Whiteboard Journal melalui teori Optimal Distinctiveness dari Brewer (2012). Temuan penelitian menunjukkan bahwa tipe alih kode yang paling dominan adalah intra-sentential switching (84,28%), diikuti oleh inter-sentential switching (13,04%), dan tag-switching (2,68%). Dari tujuh fungsi dalam teori Hoffman, enam berhasil diidentifikasi, dengan dominasi pada fungsi *talking about a particular topic* dan *being emphatic about something*. Selain itu, analisis identitas menunjukkan bahwa alih kode digunakan tidak hanya sebagai strategi kebahasaan, tetapi juga sebagai sarana representasional untuk membangun identitas Whiteboard Journal sebagai media digital yang komunikatif bagi audiens muda, sekaligus menegaskan karakternya sebagai platform yang kredibel terhadap isu dan fenomena social dengan gaya komunikasi alih kode yang khas.

Kata Kunci: alih kode, identitas media, postingan feature Instagram, Whiteboardjournal

ABSTRACT

The code-switching phenomenon is becoming increasingly significant in the digital media era, particularly on platforms like Instagram, which is now widely used for information delivery. To explore this phenomenon, this study examines code-switching practices in text-based feature posts on the Instagram account @whiteboardjournal, specifically within the Wait, What? category published between December 2024 and March 2025. Employing a qualitative method, this research aims to identify types of code-switching based on Poplack's (1980) theory, analyze its functions using Hoffman's (1991) framework, and investigate the representation of Whiteboard Journal's editorial team identity through Brewer's (2012) Optimal Distinctiveness Theory. The findings show that the most dominant type of code-switching is intra-sentential switching (84.28%), followed by inter-sentential switching (13.04%) and tag-switching (2.68%). Out of Hoffman's seven functions, six were identified, with the most frequent being talking about a particular topic and being emphatic about something. Additionally, the identity analysis reveals that code-switching is used not only as a language strategy but also as a representational tool to construct Whiteboard Journal's identity as a digital media platform that is relatable to younger audiences while also positioning itself as a credible source on social issues and phenomena with a distinctive code-switching communication style.

Keywords: code-switching, Instagram feature post, media identity, Whiteboardjournal