

## ABSTRACT

**Adinda Ramadhina. 1205030004. 2024. *Code Mixing Used in Beauty Community: An Analysis of Beauty Influencer Videos on YouTube*. An Undergraduate Thesis. English Literature Department, Faculty of Adab and Humanities, State Islamic University of Sunan Gunung Djati Bandung, Supervisor: 1. Prof. Dr. Agus Salim Mansyur, M. Pd., 2. Dr. Hj. Ruminda, M. Hum.**

This study investigates the phenomenon of code-mixing, where speakers combine two or more languages in their communication, focusing on YouTube beauty influencers. Using Pieter Muysken's theory to classify types of code-mixing and Janet Holmes' theory to explore the reasons behind code-mixing, this study aims to analyze both aspects in the context of beauty influencer videos. A qualitative approach was used to record and analyze 426 utterances from the YouTube channels of Sunny Dahye, Tasya Farasya, and Molita Lin. The findings revealed that insertion was the most common type of code-mixing, appearing in 197 utterances, followed by congruent lexicalization in 196 utterances. Alternation was the least common type, found in only 33 utterances. The study also highlighted that the primary reason for code-mixing used by influencers was to indicate the topic being discussed. This use aligns with the content's focus on specific themes, indicating how code-mixing enhances communication and engagement with their audience. Overall, this study provides insight into the types of code-mixing used by beauty influencers and the reasons behind their use. It illustrates how code-mixing functions as a tool to emphasize content and increase clarity, which contributes to a better understanding of language dynamics on social media.

**Keywords:** *code-mixing, beauty influencer, beauty community, YouTube.*

## ABSTRAK

**Adinda Ramadhina. 1205030004. 2024. Code Mixing Used in Beauty Community: An Analysis of Beauty Influencer Videos on YouTube. An Undergraduate Thesis. English Literature Department, Faculty of Adab and Humanities, State Islamic University of Sunan Gunung Djati Bandung, Supervisor: 1. Prof. Dr. Agus Salim Mansyur, M. Pd., 2. Dr. Hj. Ruminda, M. Hum.**

Studi ini menyelidiki fenomena campur kode, di mana penutur memadukan dua bahasa atau lebih dalam komunikasi mereka, dengan fokus pada influencer kecantikan YouTube. Dengan menggunakan teori Pieter Muysken untuk mengklasifikasikan jenis campur kode dan teori Janet Holmes untuk mengeksplorasi alasan di balik campur kode, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kedua aspek dalam konteks video influencer kecantikan. Pendekatan kualitatif digunakan, yang melibatkan perekaman dan analisis 426 ujaran dari saluran YouTube Sunny Dahye, Tasya Farasya, dan Molita Lin. Temuan tersebut mengungkapkan bahwa penyisipan adalah jenis campur kode yang paling umum, muncul dalam 197 ujaran, diikuti oleh leksikalisasi kongruen dalam 196 ujaran. Alternasi adalah jenis yang paling jarang, ditemukan hanya dalam 33 ujaran. Studi ini juga menyoroti bahwa alasan utama campur kode digunakan oleh para influencer adalah untuk menunjukkan topik yang sedang dibahas. Penggunaan ini selaras dengan fokus konten pada tema-tema tertentu, yang menunjukkan bagaimana campur kode berfungsi untuk meningkatkan komunikasi dan keterlibatan dengan audiens mereka. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan tentang jenis-jenis campur kode yang digunakan oleh influencer kecantikan dan alasan di balik penggunaannya. Penelitian ini menggambarkan bagaimana campur kode berfungsi sebagai alat untuk menekankan konten dan meningkatkan kejelasan, yang berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang dinamika bahasa di media sosial.

**Keywords:** *campur kode, pemberi pengaruh kecantikan, komunitas kecantikan, YouTube.*