



Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Minat Belajar Bahasa Inggris Komentator

Zulfebriges, Siti Zahra Putri Kurnia*

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 10/10/2023

Revised : 8/12/2023

Published : 22/12/2023



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 3

No. : 2

Halaman : 91-94

Terbitan : **Desember 2023**

ABSTRAK

Hadirnya internet memunculkan media baru atau saat ini bisa dikenal sebagai media sosial yang kerap kali digunakan sebagai media pembelajaran bagi beberapa orang, salah satunya TikTok. Black Screen English menjadi salah satu akun yang berfokus pada konten edukasi. Maka dari itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Hubungan Penggunaan Media Sosial TikTok Dengan Minat Belajar Bahasa Inggris Komentator Black Screen English. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode korelasional. Adapun sampel yang digunakan adalah komentator dari akun Black Screen English sebanyak 97 komentator. Peneliti menggunakan analisis uji rank spearman dengan metode pengambilan data menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui gform dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Minat Belajar Komentator. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi lebih besar dari nilai α .

Kata Kunci : Penggunaan Media Sosial; Minat Belajar; TikTok.

ABSTRACT

The presence of the internet gave rise to new media or currently known as social media which is often used as a medium of learning for some people, one of which is TikTok. Black Screen English is one of the accounts that focuses on educational content. Therefore, this study aims to find out the relationship between the use of TikTok social media and the interest in learning English from Black Screen English commentators. The method used in this study uses a quantitative approach and correlational methods. The samples used were commentators from the Black Screen English account, totaling 97 commenters. Researchers used Spearman's rank test analysis with data collection methods using questionnaires distributed through g-forms and interviews. The results of this study indicate that there is no relationship between the use of social media and the commentator's learning interest. This can be seen from the significance value which is greater than the value of α .

Keywords : Social Media Use; Interest in Learning; TikTok.

© 2023 Jurnal Riset Manajemen Komunikasi Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi menghasilkan *internet* sebagai produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh manusia. Setelah mengenal *internet* masyarakat lebih banyak melakukan interaksi secara tidak langsung atau interaksi melalui dunia maya. Fenomena tersebut memberikan inovasi pada kegiatan komunikasi yang lebih efektif tanpa mengenal batasan berupa halangan jarak, ruang, dan waktu bagi penggunaannya. Media baru atau *new media* muncul sebagai inovasi dari media lama yang dianggap kurang relevan dengan perkembangan teknologi di masa sekarang. *New media* dikenal sebagai istilah umum yang menggambarkan proses penyampaian informasi melalui *internet*.

Berdasarkan laporan *Hootsuite* dan *We Are Social*, jumlah pengguna *internet* di dunia pada April 2022 mencapai 5 miliar pengguna dari 63% populasi penduduk dunia yang diperkirakan sebanyak 7,93 miliar. Jika dibandingkan dengan tahun lalu, terdapat peningkatan yang cukup signifikan yaitu 196 juta pengguna. Laporan *We Are Social* mencatat jumlah pengguna *Internet* di Indonesia pada Januari 2023 meningkat 3,85% dibandingkan tahun lalu. Pada Januari 2022 terdapat 205 juta pengguna *internet* di Indonesia, sementara pada Januari 2023 kini mencapai 212,9 juta pengguna. Artinya, sekitar 77% penduduk Indonesia sudah menggunakan *internet*. Jika melihat trennya, jumlah pengguna *internet* di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya.

Tingginya angka pengguna *internet* di dunia termasuk di Indonesia menciptakan sebuah interaksi sosial baru yang dapat dilakukan secara tidak langsung atau melalui dunia maya. Fenomena ini didukung dengan bermunculan aplikasi jejaring sosial atau biasa dikenal dengan media sosial.

TikTok merupakan salah satu media sosial dan *platform video music* yang cukup banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Dikutip dari databoks, menyatakan bahwa menurut laporan *We Are Social* Indonesia menempati peringkat kedua dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia yaitu mencapai 109,9 juta pengguna. Selain pengguna TikTok bisa menonton konten yang menghibur, konten *creator* di TikTok juga memberikan konten edukasi di berbagai bidang. memberikan konten edukasi di berbagai bidang.

Salah satu akun yang berfokus pada konten edukasi adalah *Black Screen English*. Saat ini akun *Black Screen English* sudah memiliki setidaknya 4,8 juta *followers* atau pengikut. Akun ini berfokus pada pembelajaran dengan metode mengerjakan soal. Meskipun penjelasannya menggunakan Bahasa Inggris, penyampaian pesan yang diberikan oleh akun *Black Screen English* mudah dipahami dan dimengerti oleh para komentator.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Apakah terdapat hubungan penggunaan media sosial dengan minat belajar Bahasa Inggris komentator pada akun *Black Screen English*?" Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut: (1) untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan minat belajar Bahasa Inggris komentator pada akun *Black Screen English*, (2) untuk mengetahui hubungan antara aspek dari variabel frekuensi penggunaan media sosial TikTok dengan minat belajar Bahasa Inggris komentator pada akun *Black Screen English*, dan (3) untuk mengetahui hubungan antara aspek dari variabel durasi penggunaan media sosial TikTok dengan minat belajar Bahasa Inggris komentator pada akun *Black Screen English*.

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah komentator pada akun *Black Screen English* yang berjumlah 3.110 komentator. Untuk menentukan besaran sampel, penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*. Maka diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 97 siswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis *Rank Spearman*.

C. Hasil dan Pembahasan

Hubungan Penggunaan Media Sosial (X) dengan Minat Belajar (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan penggunaan media sosial dengan minat belajar Bahasa Inggris komentator pada akun *Black Screen English*, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi *Rank Spearman*. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Hubungan Variabel X dan Y

Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Minat Belajar		Penggunaan Media Sosial	Minat Belajar
Spearman's rho	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	.113
	Frekuensi	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.
		N	97
		<i>Correlation Coefficient</i>	.113
	Minat Belajar	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.269
		N	97

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh menggunakan SPSS versi 25, menunjukkan bahwa nilai signifikansi hubungan antara dua variabel sebesar 0.269. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi > 0.05, sehingga dapat dikatakan bahwa H0 diterima atau korelasi antara kedua variabel tidak signifikan.

Hal ini didukung dari besaran nilai koefisiensi korelasi berdasarkan Tabel 1, angka korelasi pada dua variabel tersebut menunjukkan angka 113. Mengacu dari pedoman pemberian interpretasi koefisien korelasi, maka tingkat korelasi hubungan Penggunaan Media Sosial (X) dengan Minat Belajar (Y) memiliki tingkat hubungan yang sangat lemah.

Berdasarkan landasan Teori S – O – R atau *Stimulus – Organism – Response* menurut McQuail (2010: 467) menyatakan bahwa perubahan sikap pada komunikasi dapat berubah tergantung pada kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme. faktor yang mempengaruhi kualitas rangsangan adalah sebagai berikut: (1) intensitas: intensitas rangsangan yang diterima oleh individu terhadap rangsangan tersebut, (2) durasi: durasi atau waktu yang dihabiskan untuk menerima rangsangan juga dapat mempengaruhi kualitas rangsangan yang diterima oleh individu, dan (3) frekuensi: jumlah rangsangan yang diterima oleh individu juga dapat mempengaruhi kualitas rangsangan yang diterima individu.

Dalam hal ini, frekuensi yang dapat dilihat adalah perbedaan frekuensi antara penggunaan dalam mengakses aplikasi TikTok dengan menonton konten *Black Screen English* dilihat dari perolahan data di kuesioner. Data tersebut menunjukkan bahwa frekuensi responden yang mengakses aplikasi TikTok memiliki frekuensi yang bervariasi. Sementara responden yang menonton mayoritas hanya mengakses sebanyak 1-5 kali perharinya.

Sama halnya dengan aspek frekuensi, pada aspek durasi juga menunjukkan perbedaan data di antara durasi penggunaan mengakses aplikasi TikTok secara general dengan durasi menonton konten *Black Screen English*. Dari data kuesioner menunjukkan bahwa data responden yang mengakses aplikasi TikTok lebih bervariasi mulai <1 jam hingga >10 jam perharinya. Sementara durasi menonton konten *Black Screen English* mayoritas mengatakan <1 jam dan yang paling lama mengakses 6-10 jam.

Hal ini juga selaras dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Adianto pada Tabel 2.1 yang menunjukkan bahwa mayoritas respondennya menggunakan media sosial lebih dari 4 jam dengan keperluan mencari hiburan mencapai presentase 91.3%. Sehingga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak begitu berpengaruh pada minat belajar, sebaliknya justru mengurangi durasi belajar mereka berkurang.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut: (1) tidak terdapat hubungan antara penggunaan media sosial TikTok dengan minat belajar Bahasa Inggris komentator pada akun *Black Screen English*, (2) tidak terdapat hubungan antara aspek frekuensi dengan minat belajar Bahasa Inggris komentator pada akun *Black Screen English*, dan (3) tidak terdapat hubungan antara aspek durasi dengan minat belajar Bahasa Inggris komentator pada akun *Black Screen English*.

Daftar Pustaka

- [1] Effendy, Onong Uchjana, 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya
- [2] McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- [3] Sugiyono (2012) Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: AlfabetaA. Shimp T. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. 5th ed. Jakarta: Erlangga; 2000.