

## Benarkah Media Sosial Menjadi Pendorong Motivasi Mahasiswa Belajar Bahasa Asing Di Kota Bandung?

Mala Nurkamila, Tri Indri Hardini, Dadang Sunendar dan Yulianeta  
Universitas Pendidikan Indonesia

**Corresponding authors.** malanurkamila26@gmail.com; tihardini@upi.edu; dadangsunendar@upi.edu; yaneta@upi.edu

**How to cite this article (in APA style).** Nurkamila, M., Hardini, T.I., Sunendar, D., & Yulianeta. (2022). Benarkah media sosial menjadi pendorong motivasi mahasiswa belajar bahasa asing di Kota Bandung?. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 22(2), 223-236. doi: [https://doi.org/10.17509/bs\\_jpbsp.v22i2.55913](https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v22i2.55913)

**History of article.** Received (April 2022); Revised (July 2022); Published (October 2022)

**Abstrak.** Motivasi dapat mendorong pembelajar bahasa asing untuk senantiasa meningkatkan kemampuan dan pengetahuannya. Selain itu, media untuk belajar juga diperlukan untuk memudahkan proses pertukaran informasi terkait ilmu kebahasaan yang sedang dipelajari. Penelitian ini dilaksanakan untuk memahami bagaimana motivasi hingga proses belajar para pembelajar bahasa asing dapat dipengaruhi oleh salah satu media belajar yang kini tengah berkembang begitu pesat, yaitu media sosial. Penelitian ini mengacu pada metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner campuran yang disebar kepada para mahasiswa di perguruan tinggi di wilayah Kota Bandung. Berdasarkan data yang telah diperoleh, ditemukan fakta bahwa para responden memiliki motivasi masing-masing yang mendasari dan mendorong mereka mempelajari bahasa asing. Dalam proses pembelajarannya, mayoritas responden pun setuju bahwa media sosial terkini ternyata dapat mendorong motivasi mereka dalam mempelajari bahasa asing tersebut.

**Kata kunci:** bahasa asing; mahasiswa; media sosial; motivasi

### Is it true that social media is a driving force for student motivation to learn foreign languages in the city of Bandung?

**Abstract.** Motivation can encourage foreign language learners to always improve their abilities and knowledge. In addition, the media for learning is also needed to facilitate the process of exchanging information related to the knowledge that is being studied. This research was conducted to understand how motivation to the learning process of foreign language learners could be influenced by one of the learning media which is now developing so rapidly, namely social media. This study refers to a qualitative descriptive method by collecting data through a mixed questionnaire spread to students in universities in the area of Bandung. Based on the data obtained, it was found the fact that the respondents had the motivation of each underlying and encouraged them to learn foreign languages. In the learning process, the majority of respondents agreed that the latest social media can also encourage their motivation in learning a foreign language.

**Keywords:** foreign language; students; social media; motivation

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan pertumbuhan kebutuhan yang begitu pesat, di masa sekarang ini kemampuan dalam berbahasa asing sangat dibutuhkan. Salah satu prinsip yang mendukung hal ini adalah prinsip Trigatra Bangun Bahasa yang menyatakan: Utamakan Bahasa Indonesia, Lestarikan Bahasa Daerah, Kuasai Bahasa Asing. Prinsip ini perlu ditanamkan kepada masyarakat Indonesia sejak dini agar terbentuk masyarakat multibahasa yang siap bersaing dan berperan di kancah dunia. Di Indonesia sendiri, bahasa asing kini cukup menjadi perhatian. Beberapa bahasa dijadikan program studi di berbagai perguruan tinggi, dan menjadi mata pelajaran peminatan serta ekstrakurikuler di beberapa sekolah. Seperti jurusan Bahasa Prancis, Bahasa Jerman, Bahasa Arab, Bahasa Korea, Bahasa Jepang, dan Bahasa Mandarin yang sudah tersedia menjadi pilihan program studi di beberapa perguruan tinggi, misalnya Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Padjajaran, Universitas Indonesia, dan lain-lain.

Dalam pembelajaran bahasa terdapat istilah bahasa kedua dan bahasa asing. Ellis (dalam Thohir, 2017, hlm. 22) menjelaskan bahwa perbedaan kedua istilah ini adalah tergantung wilayah di mana bahasa ini digunakan atau dipelajari. Bahasa dapat dikatakan bahasa kedua jika bahasa tersebut memiliki peran sosial dan institusional dalam suatu negara dan berfungsi sebagai bahasa komunikasi kedua yang digunakan sehari-hari selain bahasa ibu yang merupakan bahasa pertama yang mereka gunakan. Dan sebaliknya, bahasa asing merupakan bahasa yang tidak memiliki peran pokok dalam masyarakat dan mayoritas hanya dipelajari saat di kelas. Contohnya bahasa Prancis yang menjadi bahasa kedua di Swiss dan bahasa Prancis yang menjadi bahasa asing di Indonesia.

Sejak jaman penjajahan dahulu, pembelajaran bahasa asing telah mulai dilaksanakan di mana saat itu hanya para pribumi yang menjalani studi di sekolah-

sekolah tertentu yang diberikan pembelajaran terkait bahasa Belanda, Inggris, dan Jerman, terutama bagi mereka yang memiliki keturunan bangsawan dan anak-anak Belanda. Oleh karena itu, di zaman tersebut seseorang yang menguasai bahasa asing dianggap berada pada tingkatan sosial yang tinggi atau terhormat di masyarakat (Santoso, 2014, hlm. 3). Seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan kebutuhan masyarakat, kini bahasa asing pun bukan lagi dianggap faktor penentu status sosial. Semua masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk mempelajari bahasa asing, terlebih karena mudahnya akses kepada sumber pembelajaran bahasa asing dan media pengaplikasiannya di internet.

Dalam upaya untuk mendukung terlaksananya pendidikan bahasa asing di Indonesia, pemerintah telah membuat kebijakan bahasa asing yang pengajarannya diberikan mulai jenjang Sekolah Menengah Pertama hingga Sekolah Menengah Atas. Hal ini tertera dalam kurikulum pendidikan nasional sejak tahun 1950 s.d. 1994 (Khosiyono, B.H.C., 2018, hlm. 76). Kebijakan pengajaran bahasa asing di sekolah ini terus mengalami perubahan dan perkembangan mengikuti perubahan kurikulum, sesuai dengan kebutuhan pelajar dan kondisi pendidikan hingga kini. Salah satu kondisi yang mendorong kebutuhan dan tuntutan pembelajaran bahasa asing di Indonesia adalah tantangan eksternal yang terkait dengan arus globalisasi dan berbagai isu terkait lingkungan hidup, kemajuan teknologi dan informasi, pertumbuhan industri kreatif dan budaya, dan berkembangnya dunia pendidikan di tingkat internasional. Hal ini tertera dalam Permendikbud Nomor 69 tahun 2013 tentang salah satu rasionalisasi pengembangan Kurikulum 2013. Dalam Standar Isi mata pelajaran Bahasa Inggris untuk tingkat SMP/MTs pun disebutkan bahwa salah satu tujuan dihadapkannya mata pelajaran ini adalah agar pelajar menyadari pentingnya bahasa Inggris untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing

bangsa Indonesia di kancah dunia. Selain dalam mata pelajaran Bahasa Inggris, hal ini terdapat juga pada mata pelajaran bahasa asing lainnya seperti Bahasa Jerman dan Bahasa Prancis (Santoso, 2014, hlm. 3-4).

Dari beragam kebijakan yang dibuat oleh pemerintah Indonesia bahkan sejak zaman setelah kemerdekaan hingga masa kini dengan beragam peristiwa global yang terjadi di luar sana, baik dalam bentuk persaingan maupun kerja sama, kita dapat dengan jelas menyadari bahwa bahasa asing begitu penting bagi kehidupan manusia. Pentingnya bahasa asing ini bukan hanya sebagai alat pemenuhan standar kompetensi, namun juga sebagai alat komunikasi yang dapat menjadi gerbang menuju dunia luar. Oleh karena itu, penguasaan bahasa asing kini menjadi kebutuhan dan salah satu syarat untuk meningkatkan pertumbuhan di masyarakat agar siap menghadapi tantangan global.

Kebutuhan akan penguasaan bahasa asing pun membuat semakin meningkatnya pembelajar dan pengajar bahasa asing di berbagai macam kalangan. Mulai dari anak-anak hingga orang dewasa banyak yang mulai mempelajari bahasa asing dengan berbagai alasan dan tujuan. Pada laman *BBC News* Indonesia disebutkan bahwa pelajar bahasa asing meningkat saat pandemi Covid-19 melanda. Bahkan pihak dari salah satu aplikasi yang memfasilitasi pembelajaran bahasa asing, *Duolingo*, menyatakan bahwa terdapat lonjakan kenaikan pengguna baru sebanyak 300% selama pandemi ini. Seorang ekonom dari *The Indeed Hiring Lab*, Pawel Ardjan, menyampaikan pernyataan yang berdasarkan analisisnya terhadap data dari situs bursa tenaga kerja *Indeed* bahwa permintaan untuk para calon karyawan dengan kemampuan bahasa asing saat ini naik di berbagai bidang. (Hardach, dalam *BBC News*, 2021).

Dalam proses pemerolehan bahasa seperti yang disebutkan sebelumnya, ada tiga faktor utama yang memengaruhi, yaitu usia, kepribadian, dan motivasi. Di antara ketiga faktor ini, motivasi adalah hal yang

paling memberikan pengaruh yang signifikan dalam proses pemerolehan bahasa, khususnya bahasa kedua (Cook, dalam Mahadi & Jafari, 2012, hlm. 233). Dalam KBBI (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*), motivasi secara psikologis diartikan sebagai upaya yang menyebabkan individu atau kelompok tergerak untuk melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang ingin dicapai dan/atau mendapat kepuasan dari apa yang ia lakukan tersebut. Harmer (dalam Thohir, 2017, hlm. 22) menyatakan bahwa motivasi dapat diartikan sebagai dorongan internal untuk melakukan suatu hal. Rata-rata para pakar pun setuju terhadap teori yang menerangkan bahwa motivasi adalah hal yang berkenaan dengan faktor-faktor yang mendorong dan mengarahkan tingkat laku. Faktor-faktor ini pun didasarkan atas kebutuhan yang mendasarinya (Hamid, dalam Kholid, 2017, hlm. 62).

Dari beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah dorongan yang dapat menggerakkan seseorang dan/atau kelompok untuk melakukan suatu usaha agar kehendak dan tujuannya tercapai. Berkenaan dengan definisi motivasi yang begitu luas dan dapat dihubungkan dengan beragam aspek dan bidang, maka penulis membatasi ruang lingkup motivasi dalam penelitian ini hanya kepada dorongan yang mempengaruhi proses belajar bahasa asing, khususnya bagi mahasiswa, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Deci dan Flaste (dalam Sastranegara, 2017, hlm. 128), motivasi belajar bahasa terbagi ke dalam dua jenis, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik dapat dilihat dari sikap dan perbuatan yang dilakukan seseorang sesuai dengan tujuannya melakukan perbuatan itu sendiri, tanpa dipengaruhi oleh hal lain. Contohnya ketika seseorang memiliki keinginan untuk belajar bahasa Prancis sebagai bahasa asing lain yang dipelajari selain bahasa Inggris karena ia suka belajar bahasa Prancis dan ingin memiliki kemampuan untuk berbicara dan

memahami bahasa Prancis. Sedangkan motivasi ekstrinsik dapat dilihat dari sikap dan perbuatan yang dilakukan seseorang yang dipengaruhi faktor eksternal dari luar dirinya. Contohnya, seseorang yang mempelajari bahasa Prancis karena ia akan menjalani tes DELF sebagai syarat kelulusannya untuk masuk universitas di Prancis. Dalam hal ini, DELF dan universitas yang menjadi targetnya untuk berkuliah adalah faktor eksternal yang mengharuskan ia mempelajari bahasa Prancis.

Selain itu, Gardner dan Lambert (dalam Mahadi & Jafari, 2012, hlm. 232) mendefinisikan motivasi ke dalam dua jenis, yaitu motivasi integratif dan motivasi instrumental. Motivasi integratif dapat berbentuk maksud dari seseorang mempelajari bahasa adalah untuk berpartisipasi dalam budaya masyarakat pengguna bahasa tersebut. Contohnya seseorang belajar bahasa Korea karena memiliki keinginan untuk menetap disana. Sedangkan motivasi instrumental menunjukkan bahwa seseorang mempelajari suatu bahasa untuk mencapai tujuannya dalam hal pekerjaan atau motif lain yang fokus pada daya gunanya. Seperti seorang mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Perancis yang mempelajari bahasa Prancis untuk menggapai cita-citanya menjadi dosen bahasa Prancis.

Berdasarkan beberapa teori dan temuan sebelumnya, dapat diketahui bahwa motivasi belajar bahasa asing merupakan sebuah konsep yang cukup kompleks karena melibatkan faktor internal psikologi pembelajar serta faktor sosial dan lingkungan sekitar. Motivasi pun terbagi ke dalam beberapa macam, tergantung dari faktor pemicu dan tujuan yang ingin dicapai. Apakah hal itu berkenaan dengan keinginan dan minat yang timbul dari pemikiran dan perasaan diri sendiri, atau terdorong karena adanya hal yang terjadi di lingkungan sekitar. Motivasi seseorang dalam mempelajari bahasa asing yang tentu tidak terlepas dari kondisi psikologi yang dimiliki. Oleh karena itu, kini diperlukan penelitian yang

berkenaan dengan motivasi yang menggunakan pendekatan kualitatif (Akiyama, dalam Sastranegara, 2017, hlm. 129), di mana hal ini selaras dengan penelitian yang akan peneliti laksanakan.

Seiring dengan minat dan kebutuhan pembelajaran bahasa yang meningkat, maka berbagai media pembelajaran bahasa pun kini semakin berkembang dan bertambah ragamnya. Beberapa media pun dapat diakses melalui gawai dan laptop setiap orang untuk memudahkan para penggunanya dalam mendapatkan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan. Media sosial adalah salah satu media yang dapat diakses melalui gawai dan laptop serta dapat membantu pembelajar bahasa asing dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuannya.

Media sosial adalah seperangkat alat daring yang menyediakan beragam jalan untuk berinteraksi sosial dan berkomunikasi antar pengguna dan merupakan media yang memfasilitasi proses berbagi pengetahuan (Hansen., dkk, dalam Abbas., dkk, 2019, hlm. 3). Media sosial terus berkembang dan mengubah cara penggunaannya dalam memanfaatkan situs-situs di internet sebagai sarana menyebarkan konten secara digital. Bahkan saat ini, media sosial adalah salah satu jalan terkini dalam mempelajari bahasa di mana media ini memberikan kesempatan penggunaannya untuk belajar secara *real-time*, mengikuti percakapan yang aktual dalam jaringan, dan relevan sesuai dengan minat dan kebutuhan. Dalam media sosial para pembelajar dapat langsung mengaplikasikan keterampilan bahasa yang telah dimiliki baik dengan didampingi pengajar profesional atau dengan berselancar sendiri dalam beragam jaringan di dalamnya (Dhanya, 2016, hlm. 106). Penggunaan media sosial untuk pembelajaran juga dinilai sebagai salah satu pilihan untuk mendorong peserta didik agar lebih termotivasi dalam proses pembelajaran, terutama pembelajaran bahasa, karena adanya beragam kemudahan akses dan bermacam fitur yang ditawarkan di dalamnya.

Media sosial pun saat ini mayoritas hadir dalam bentuk aplikasi dalam gawai. Penggunaan aplikasi yang berbasis internet ini membantu mahasiswa mereka dalam meningkatkan empat keterampilan bahasa, yaitu mendengar, membaca, berbicara, dan menulis. Akses mudah terhadap materi audio dan video di media sosial membuat keterampilan mendengar adalah keterampilan yang paling banyak diasah saat menggunakan media sosial untuk mempelajari Bahasa asing (Faizi.,dkk, 2014, hlm. 65-66).

Berdasarkan penelitian kepada para pembelajar bahasa Prancis di Universitas Gazy di Turki, sebanyak 58% responden menyatakan bahwa mereka menggunakan media sosial untuk kepentingan pembelajaran bahasa asing, seperti berbagi dokumen pembelajaran, berbagi informasi dan dukungan untuk pembelajaran, serta berdiskusi mengenai materi yang sedang dipelajari. Lebih dari itu, sebanyak 77.2% responden juga berpendapat bahwa dengan adanya grup pembelajaran dalam media sosial, khususnya *WhatsApp*, bersama para pengajar Bahasa asing dapat melatih mereka dalam berinteraksi dengan menggunakan Bahasa yang dipelajari sehingga mereka berhasil di bidang akademik (Öztürk, 2019, hlm. 68).

Hasil temuan pada tahun 2019 menyatakan bahwa para mahasiswa merasa lebih mudah mempelajari bahasa asing kapan pun dan di mana pun dengan adanya media sosial yang digunakan melalui gawai mereka. Mereka juga mengikuti beberapa konten pembelajaran bahasa asing di media sosial, khususnya *YouTube*, mulai dari materi kosa kata dari forum belajar bahasa asing, institusi bahasa, berita yang mengandung bahasa asing, hingga konten harian kosa kata yang diunggah di akun khusus pembelajaran bahasa asing (Malik & Asnur, 2019, hlm. 173-174). Dari sini dapat diketahui bahwa media sosial memberikan beragam kemudahan bagi para pembelajar bahasa, khususnya bahasa asing, dengan tersedianya beragam fitur serta konten terkait kebahasaan yang ada di dalamnya.

Riset-riset tersebut membuktikan bahwa media sosial saat ini dapat memberikan beragam keuntungan dan kemudahan bagi para penggunanya, tak terkecuali dalam pembelajaran bahasa. Dengan tersedianya beragam konten yang berkenaan dengan bahasa asing di beragam platform yang ada, maka akses terhadap materi dan jejaring untuk belajar bahasa asing pun semakin mudah didapatkan. Salah satu media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi beragam konten, termasuk konten pembelajaran bahasa asing, adalah *TikTok*.

Media sosial *TikTok* merupakan media sosial yang memiliki beragam fitur yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi video, menyunting video dalam beragam efek dan filter kreatif, menjual beragam barang, serta mengadakan siaran langsung. Media sosial ini mulanya dikenalkan kepada publik di China pada tahun 2016 dengan nama *Douyin*, hingga kemudian diperkenalkan secara internasional dengan nama *TikTok* pada September 2017 (Smith, dalam *dexerto.com*, 2021). Aplikasi media sosial ini terus berkembang, terlihat dengan beragam fitur yang semakin banyak ditawarkan dan jumlah pengguna yang terus meningkat tiap tahunnya. Pada Januari 2018, aplikasinya menempati peringkat pertama dalam daftar aplikasi gratis yang paling banyak diunduh di Thailand dan negara lain serta mencapai 1 miliar unduhan secara global pada Februari 2019 (Smith, dalam *dexerto.com*, 2021). Bahkan di usianya yang masih terbilang seumur jagung, *TikTok* sudah mampu mengalahkan popularitas *Twitter* di Indonesia sehingga menjadi peringkat ke-4 dari 5 aplikasi yang paling sering digunakan masyarakat pengguna media sosial di Indonesia (*We Are Social & Hootsuite*, 2021). Banyak *content creator* dan *influencers* yang berkarya di *TikTok* termasuk para *content creator* pengajar bahasa asing seperti *@myfrenchstory* yang menyajikan konten pembelajaran bahasa Prancis, *@taeyangkulture* menyajikan konten pembelajaran bahasa Korea, dan

@yajj.official yang menyajikan konten pembelajaran bahasa Jerman. Masing-masing akun tersebut menyajikan konten pembelajaran bahasa asing bagi pemula secara gratis dan dapat diakses dengan mudah melalui aplikasi *TikTok*, mulai dari berbagi pengetahuan tentang kosa kata, hingga mengenalkan budaya dari negara asal masing-masing bahasa yang diajarkannya.

Dengan adanya kemudahan akses informasi dan komunikasi serta beragam fitur dan konten yang beragam nan terus berkembang, maka tidak heran jika *TikTok* begitu populer saat ini, bukan hanya sebagai media sosial untuk berinteraksi dengan sesama penggunanya, namun juga sebagai media belajar bagi siapa saja. Bahkan berdasarkan data dari *We Are Social & Hootsuite* (2021), *TikTok* sukses menduduki urutan keempat dalam daftar aplikasi yang paling sering digunakan masyarakat di Indonesia, mengalahkan *Twitter* yang telah lebih lama dikenal oleh masyarakat yang menjadi urutan kelima. Indonesia sendiri merupakan negara yang menjadi pasar terbesar kedua bagi *TikTok* setelah Amerika Serikat, pada tahun 2020 (Annur, dalam *Databooks*, 2021).

Kesuksesan *TikTok* membuat peneliti memilih media sosial ini sebagai objek yang secara fokus akan dibahas penggunaannya sebagai media pembelajaran bahasa asing bagi para mahasiswa. *TikTok* pun telah menjadi topik penelitian dalam beberapa sudut pandang dan bidang keilmuan seperti bidang psikologi, ekonomi, komunikasi, pendidikan, dan bahasa. Jika penelitian sebelumnya yang terkait dengan media sosial dan pembelajaran bahasa, asing berfokus pada media sosial yang memang digunakan mayoritas masyarakat sejak lama, maka dibutuhkan pula penelitian yang fokus pada media sosial terkini yang digandrungi generasi muda hingga motivasi yang dimiliki mereka untuk berbahasa asing dengan hadirnya media sosial ini. Bahasa asing yang menjadi fokus dalam penelitian pun adalah bahasa-bahasa asing selain bahasa Inggris, yang merupakan bahasa internasional

dengan standar pendidikan di Indonesia berbeda dengan bahasa asing lainnya. Cakupan usia subjek dalam penelitian ini adalah para mahasiswa, yang menjadi mayoritas pengguna *TikTok* di Indonesia, yaitu mereka dalam rentang usia 18-24 tahun (Ginee, 2021).

## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2013, hlm. 9), penelitian kualitatif adalah penelitian yang didasarkan pada filsafat *postpositivisme* dan digunakan untuk meneliti obyek yang natural atau alamiah. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang bersifat terbuka dan tertutup yang berkenaan dengan pembelajaran bahasa asing dan bagaimana media sosial *TikTok* dapat memengaruhi motivasi dalam mempelajari bahasa asing. Kuesioner ini disebar kepada para mahasiswa/i yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi yang berada di wilayah Bandung dari berbagai jurusan baik jurusan bahasa maupun non bahasa. Selanjutnya data yang telah didapatkan dianalisis untuk menyederhanakan penyajian data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang disampaikan dalam bentuk deskripsi ini adalah data hasil kuesioner campuran (terbuka dan tertutup) yang telah disebar melalui jaringan sosial seperti *autobase* di media sosial *Twitter*. *Autobase* di *Twitter* adalah sebuah akun yang memfasilitasi pengguna *Twitter* untuk mengirimkan pesan yang nantinya akan *dipost* di laman profil akun *autobase* tersebut tanpa menampilkan identitas pengirimnya. Pesan yang dikirimkan pengguna *Twitter* ini disampaikan melalui *direct message* (DM) ke akun *autobase* dengan menggunakan kode tertentu yang dikenal dengan *menfess* (*mention confess*) (Syam & Maryani, 2019, hlm. 162). Biasanya, setiap *base* memiliki peraturan dan kriteria masing-masing

mengenai pesan dan postingan yang diperbolehkan dikirim dan dibahas di *base* tersebut. Dalam menyebarkan kuesioner ini, peneliti mengirimkan pesan yang berisi ajakan untuk mengisi kuesioner kepada akun *antobase@UPIfess* yang merupakan *base* khusus mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia, *@schcampus* dan *@ambisfs* yang khusus membahas hal-hal mengenai sekolah, universitas, dan pembelajaran, serta *@langfess* yang memiliki konsep *base* khusus untuk bahasa dan pembelajarannya. Selain itu, peneliti juga menyebarkan kuesioner melalui grup-grup mahasiswa dan grup kelompok pembelajar bahasa di Bandung melalui media sosial *WhatsApp*. Terdapat 55 responden yang telah mengisi kuesioner yang telah disebar dan menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut berdasarkan pengalaman pribadinya.

### Konten Bahasa Asing di Media Sosial *TikTok*

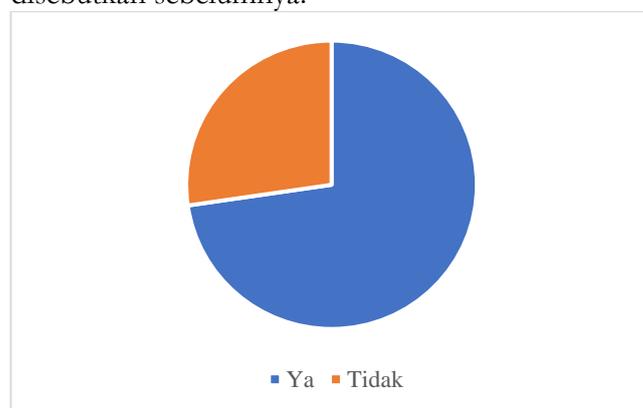
Dalam bagian ini, peneliti fokus bertanya mengenai pengalaman responden dalam mempelajari bahasa asing dan konten apa saja yang dikonsumsi di *TikTok* untuk membantunya mempelajari bahasa asing. Berikut tabel bahasa asing yang dipelajari beserta persentase banyaknya bahasa asing tersebut dipelajari oleh keseluruhan responden.

**Tabel 1.** Bahasa asing yang dipelajari oleh responden

Bahasa asing yang dipelajari	Frekuensi	Persentase
bahasa Prancis	39	45,80%
bahasa Korea	14	17,00%
bahasa Jerman	7	8,20%
bahasa Jepang	7	8,20%
bahasa Arab	4	4,70%
bahasa Spanyol	3	3,50%
bahasa Turki	3	3,50%
bahasa Mandarin	2	2,30%
bahasa Italia	2	2,30%
bahasa Belanda	2	2,30%

bahasa Portugis	1	1,10%
bahasa Rusia	1	1,10%

Mayoritas responden menjawab bahasa Prancis sebagai bahasa asing yang dipelajari. Hal ini cukup sejalan dengan kondisi saat ini di mana bahasa Prancis merupakan bahasa kedua yang paling banyak digunakan setelah bahasa Inggris. Selanjutnya diikuti bahasa Korea yang saat ini kebudayaannya banyak dikenalkan melalui film, musik, serial, dan sebagainya, hingga banyak diminati dan menjadi tren di kalangan generasi muda. Lalu diikuti bahasa Jerman, bahasa Jepang, dan bahasa Arab yang juga banyak dipelajari seiring dengan hadirnya jurusan bahasa-bahasa tersebut di beberapa perguruan tinggi. Bahasa-bahasa lainnya seperti Spanyol, Turki, Mandarin, Italia, Belanda, Portugis, dan Rusia dipelajari oleh beberapa responden namun tidak sebanyak bahasa-bahasa lain yang disebutkan sebelumnya.



**Diagram 1.** Persentase responden yang menggunakan media sosial *TikTok* untuk mempelajari bahasa asing

Dalam mempelajari bahasa asing, mayoritas responden menggunakan media sosial *TikTok* sebagai salah satu media pembelajarannya. Sebanyak 72,7% responden menggunakan media sosial *TikTok* sebagai salah satu media untuk belajar bahasa asing. Sedangkan 27,3% responden menjawab bahwa mereka tidak menggunakan *TikTok* untuk belajar bahasa asing. Konten-konten yang mereka konsumsi di media sosial ini untuk

membantunya dalam mempelajari bahasa asing pun beragam, di antaranya:

**Tabel 2.** Kategori jenis konten bahasa asing yang sering ditonton oleh responden

Kategori konten	Frekuensi	Persentase
Keterampilan berbicara	30	32%
Kosa kata	24	26%
Tata bahasa	20	22%
Informasi dan pengetahuan umum terkait bahasa asing	13	14%
Seni dan budaya asing	4	4%
Keterampilan menyimak	2	2%

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, peneliti tidak membatasi responden harus menjawab salah satu jenis atau kategori konten saja, melainkan memberikan kebebasan kepada responden untuk menjawab sesuai dengan kondisinya. Dari jawaban-jawaban yang diberikan, peneliti mengelompokkannya ke dalam kategori-kategori yang tertera di atas sehingga dapat kita ketahui bahwa konten yang paling banyak dikonsumsi oleh para responden adalah konten yang berkenaan dengan pembelajaran keterampilan berbicara. Hal ini sesuai dengan ciri khas media sosial *TikTok* yang mengedepankan bentuk konten video yang berisi audio sehingga cocok digunakan untuk berlatih keterampilan berbicara. Beberapa responden pun mengatakan bahwa salah satu fitur di dalam aplikasi *TikTok*, yaitu fitur duet video, biasa digunakan untuk berlatih berbicara. Berikut beberapa pernyataan responden terkait konten yang ia konsumsi di *TikTok*:

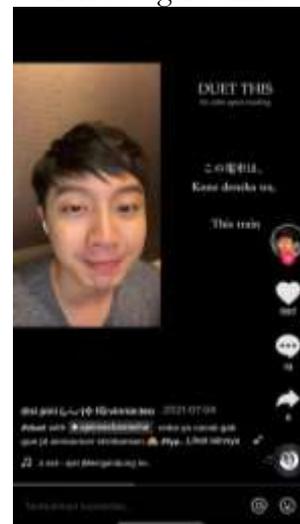
“Konten yang saya tonton adalah tata bahasa, duet speaking” (Mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Perancis, 19 tahun, pembelajar bahasa Prancis dan Korea). “Saya menonton konten speaking lalu di duetkan

dan konten pengenalan grammatik” (Mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Jerman, 20 tahun, pembelajar bahasa Jerman).

Lalu konten yang paling banyak dikonsumsi selanjutnya adalah yang berkenaan dengan kosa kata, tata bahasa, dan pengetahuan umum yang berkenaan dengan bahasa asing. Pengetahuan umum yang peneliti maksud di sini adalah hal-hal terkait tes bahasa asing beserta tipsnya serta perbandingan satu bahasa dan bahasa lain. Seperti yang disampaikan beberapa responden sebagai berikut:

“Saya menonton konten speaking lalu diduetkan, tips and tricks learn foreign language, dan cara pelafalan yang benar” (Mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Perancis, 21 tahun, pembelajar bahasa Prancis). “Saya pernah melihat tips belajar bahasa asing dan perbandingan satu bahasa dengan yang lainnya” (Mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Perancis, 20 tahun, pembelajar bahasa Prancis dan Belanda).

Adapun contoh tampilan fitur duet sebagai salah satu fitur yang dapat dimanfaatkan untuk berlatih keterampilan berbicara adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.** Contoh tampilan fitur duet pada aplikasi *TikTok* (Sumber: <https://www.TikTok.com/@vinnie.teo>).

Serta tampilan video pengenalan kosa kata yang merupakan konten kedua terbanyak yang sering ditonton responden adalah sebagai berikut:



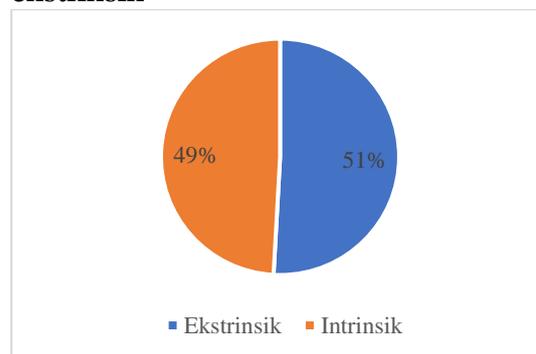
**Gambar 2.** Contoh tampilan konten pengenalan kosa kata pada aplikasi *TikTok* (Sumber: <https://www.TikTok.com/@taeyangkulture>).

Tampilan yang mudah dipahami serta beragam fitur dan jenis konten yang tersedia membuat *TikTok* menjadi salah satu alternatif media pembelajaran bahasa asing yang digunakan oleh 72,7% responden yang artinya mayoritas responden telah memanfaatkan kehadiran media sosial *TikTok* untuk kepentingan belajarnya. Selain itu, berkenaan dengan jenis video yang ditampilkan dalam aplikasi *TikTok* adalah audio-visual yaitu video yang disertai dengan audio maka tidak heran jika para penggunanya, termasuk di sini para responden, menggunakan media sosial ini untuk melatih keterampilan berbicaranya. Durasi video yang singkat, ketersediaan beragam teks, dan kemungkinan untuk penyuntingan video agar lebih menarik membuat para *content creator* berlomba-lomba menampilkan tema-tema konten yang menarik namun tetap sesuai dengan ciri khas masing-masing. Konten kebahasaan termasuk pengenalan kota kata bahasa asing pun marak dibuat lalu ditonton oleh para pembelajar bahasa asing, tak terkecuali para responden.

### Motivasi Belajar Bahasa Asing dan *TikTok* untuk Mendorongnya

Melalui bagian ini, peneliti bermaksud mengetahui latar belakang dan tujuan yang memotivasi para responden dalam mempelajari bahasa asing. Pertanyaan diajukan dalam bagian ini berupa pertanyaan terbuka mengenai alasan responden mempelajari bahasa asing. Dalam menyajikan data ini peneliti mengelompokkannya ke dalam dua macam motivasi, yaitu motivasi berdasarkan teori Deci dan Flaste (motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik) untuk menyajikan data alasan responden mempelajari bahasa asing, serta motivasi berdasarkan teori Gardner dan Lambert (motivasi integratif dan motivasi instrumental) untuk menyajikan data tujuan responden mempelajari bahasa asing.

### Motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik



**Diagram 2.** Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik responden dalam mempelajari bahasa asing

Berdasarkan diagram tersebut dapat diketahui bahwa alasan yang melatarbelakangi dan menjadi motivasi seseorang untuk mempelajari bahasa asing adalah karena adanya pengaruh dari luar diri sendiri, meskipun perbedaan motivasi karena pengaruh luar cukup tipis. Sebanyak 51% responden menyatakan bahwa mempelajari bahasa asing karena hal-hal yang terjadi di luar dirinya seperti karena tuntutan pendidikan, keinginan bertemu idola di negara asalnya, hingga karena gemar menonton tayangan serial berbahasa asing. Hal ini disampaikan melalui responden

dalam jawabannya, seperti contoh di bawah ini:

“*Saya sedang menyukai beberapa drama/series dari Korea sehingga tertarik untuk belajar Bahasa Korea*” (Mahasiswa jurusan Kedokteran, 22 tahun, pembelajar bahasa Korea). Seorang responden pun mengatakan bahwa salah satu alasannya mempelajari bahasa asing adalah karena kebutuhan di era globalisasi sekarang ini. “*Saya belajar bahasa asing karena ingin pergi ke Eropa, selain itu menguasai bahasa asing sangat penting di era globalisasi sekarang ini*” (Mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Perancis, 18 tahun, pembelajar bahasa Prancis).

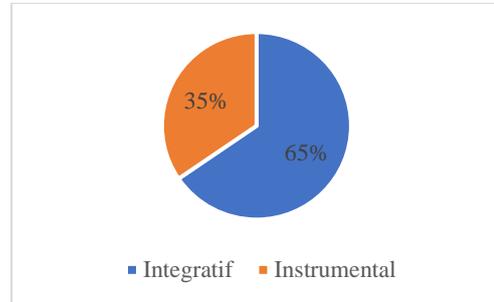
Sementara itu, selain faktor eksternal, faktor internal pun dapat memengaruhi seseorang untuk terdorong mempelajari bahasa asing. Dari diagram di atas, dapat diketahui bahwa ada 49% responden yang menyatakan bahwa faktor dari dalam dirinya yang menyebabkan ia terdorong untuk mempelajari bahasa asing. Alasan yang disebutkan rata-rata berkaitan dengan minat dan kesenangan responden dalam mempelajari bahasa asing, seperti pernyataan responden berikut:

“*Saya mempelajari bahasa asing tersebut karena tertarik dengan bahasa yang berinduk dari bahasa latin. Terutama untuk bahasa Spanyol yang sudah dipelajari sejak lama (dari SMA)*” (Mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Perancis, 20 tahun, pembelajar bahasa Prancis, Spanyol, Italia, dan Portugis). “*Karena ingin belajar bahasa asing dan untuk mengisi waktu luang*” (Mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan, 21 tahun, pembelajar bahasa Korea, Jerman, Belanda, dan Italia).

Dari pernyataan-pernyataan serta data yang didapatkan memang tidak dapat dipungkiri bahwa lingkungan dan tanggung jawab yang dimiliki sangat berpengaruh terhadap motivasi seseorang dalam mempelajari sesuatu, tak terkecuali dalam mempelajari bahasa asing. Beriringan dengan hal itu, faktor internal dari diri sendiri seperti minat dan kesenangan juga tidak kalah kuat dalam mendorong

seseorang untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuannya dalam hal berbahasa asing.

### Motivasi integratif dan motivasi instrumental



**Diagram 3.** Motivasi Integratif dan Motivasi Instrumental responden dalam mempelajari bahasa asing

Pada bagian ini didapatkan data bahwa sebanyak 65% responden tertarik untuk mempelajari bahasa asing karena motivasi integratif, yaitu memiliki tujuan untuk menjadi lebih dekat dengan bahasa asing dan negaranya, tanpa mengedepankan kepentingan fungsional seperti pekerjaan atau pendidikan melainkan fokus untuk hubungan sosial dan budaya. Berkenaan dengan ini, berikut pernyataan beberapa responden :

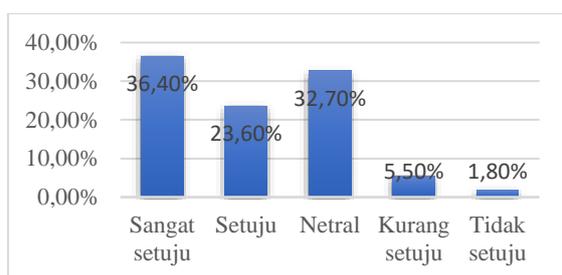
“*Agar nanti bisa digunakan dalam bicara dengan native speaker dan menonton atau mendengarkan acara hiburan. Bahasa asli lebih mudah dicerna daripada bahasa yang ditranslasi*” (Mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Perancis, 18 tahun, pembelajar Bahasa Prancis dan bahasa Jepang). “*Tujuannya untuk menambah kemampuan berbahasa berbagai bahasa asing.*” (Mahasiswa Jurusan Kedokteran, 22 tahun, pembelajar bahasa Korea).

Sementara itu, sebanyak 35% responden memiliki tujuan yang berkenaan dengan karir, pekerjaan, dan pendidikan sehingga mereka termasuk ke dalam orang-orang yang memiliki motivasi instrumental dalam mempelajari bahasa asing. Berikut beberapa pernyataan responden:

“*Untuk karir saya.*” (Mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis, 21 Tahun, Pembelajar bahasa Korea). “*Untuk bekal*

*masa depan dalam melamar pekerjaan.”* (Mahasiswa jurusan Akuntansi, 20 tahun, pembelajar bahasa Korea dan Mandarin).

Berdasarkan data di atas maka dapat diketahui bahwa motivasi setiap orang dalam mempelajari bahasa asing adalah berbeda. Motivasi ini rata-rata sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang hendak dicapai oleh masing-masing orang. Selain itu, motivasi juga dipengaruhi oleh lingkungan tempat kita berada dan kegiatan yang biasa dilakukan. Dalam mendorong motivasinya, setiap orang pun memiliki caranya masing-masing. Salah satu hal yang dapat membantu dalam pembelajaran bahasa asing adalah media pembelajaran. Salah satu media yang sedang tren saat ini sekaligus menjadi objek dalam penelitian ini adalah media sosial *TikTok*. Berkenaan dengan penggunaan media sosial *TikTok* untuk mendorong motivasi dalam belajar bahasa asing, peneliti mendapatkan data sebagai berikut:



**Diagram 4.** Pendapat responden terhadap kehadiran media sosial *TikTok* untuk mendorong motivasi belajar bahasa asing.

Sebanyak 36,40% responden sangat setuju dengan berpengaruhnya media sosial *TikTok* untuk mendorongnya memahami dan belajar bahasa asing. Beragam alasan pun diungkapkan, salah satu alasannya adalah: *“Karena TikTok mudah diakses dan di dalamnya banyak content creator yang membantu kita belajar bahasa asing”* (mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Jerman, 20 tahun, pembelajar bahasa Jerman). Hal ini membuktikan bahwa kemudahan akses informasi serta beragam konten yang ada di dalam media sosial *TikTok* dapat membantu memengaruhi motivasi para pembelajar

bahasa asing untuk lebih terdorong dan giat mempelajari bahasa yang sedang ditekuni.

Selain itu, 23,60% responden merasa setuju “saja” dengan hal ini dengan salah satu alasannya adalah *“Karena yang menggunakan TikTok kan dari mana saja, jenis kontennya pun beragam. Jadi ya ada keinginan untuk belajar bahasa asing untuk paham apa yang disampaikan dalam konten yang ada di TikTok”* (mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan, 21 tahun, pembelajar bahasa korea, Jerman, belanda, dan Italia). Pada bagian ini dapat diketahui bahwa responden merasa bahwa *TikTok* menyediakan beragam konten yang dapat menambah ketertarikan untuk belajar bahasa asing di dalamnya.

Lalu 32,70% responden merasa netral, di mana salah satu responden menyatakan: *“Karena yang mendorong saya belajar bahasa asing adalah film dan musik”* (Mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Prancis, 18 tahun, pembelajar bahasa Prancis dan Jepang). Artinya, responden memiliki alternatif media dan alat yang lain untuk mendorongnya belajar bahasa asing secara lebih giat. Mengingat maraknya alat dan media yang dapat membantu pembelajaran maka sangat wajar jika setiap orang memiliki alat dan media pembelajaran andalannya masing-masing.

Sementara itu, sebanyak 5,50% responden merasa kurang setuju, hal ini berkenaan dengan konten-konten yang ada di *TikTok* itu sendiri, di mana tidak semua konten berkenaan dengan belajar sehingga terkadang lebih fokus ke konten-konten yang lainnya, seperti yang disampaikan salah satu pembelajar bahasa Jepang yang menyatakan: *“Karena tidak semua konten di TikTok itu terkait belajar, jadi ketika membuka TikTok banyak hal yang dilihatnya membuat makin mager”* (Mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Jepang, 21 tahun, pembelajar bahasa Jepang).

Dan yang terakhir, 1 orang responden yang menjadi 1,8% menjawab 21 “sangat tidak setuju” mengungkapkan bahwa media sosial *TikTok* hanya untuk hiburan, bukan untuk belajar (mahasiswa

jurusan Pendidikan Bahasa Perancis, tahun, pembelajar bahasa Prancis). Hal ini menunjukkan bahwa ada Sebagian orang yang berpendapat bahwa media sosial, khususnya *TikTok*, memang digunakan sesuai dengan fungsi awalnya yaitu untuk hiburan dan mencari informasi lain yang tidak selalu berkaitan dengan bahasa. Ini sejalan dengan motivasi para responden yang di mana tidak semua memiliki kesadaran dan keinginan dari diri sendiri untuk mempelajari bahasa asing, melainkan untuk memenuhi kebutuhan dan kewajiban pendidikannya. Oleh karena itu, media sosial *TikTok* ia gunakan untuk hiburan dan sarana melepas penat.

Data-data yang disajikan tersebut menunjukkan bahwa saat ini para mahasiswa di wilayah Bandung memiliki beragam motivasi untuk mempelajari bahasa asing. Motivasi yang dimiliki para responden ini kurang lebih telah sejalan dengan salah satu rasionalisasi pengembangan Kurikulum 2013 dalam Permendikbud Nomor 69 tahun 2013 yaitu salah satu tujuan dihadapkannya mata pelajaran Bahasa Inggris adalah agar pelajar menyadari pentingnya bahasa Inggris untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing bangsa Indonesia di kancan dunia. Hal ini juga berlaku pada mata pelajaran bahasa asing lainnya seperti Bahasa Jerman dan Bahasa Prancis. Artinya, rasionalisasi tersebut telah tertanam pada para mahasiswa sehingga mereka memiliki kesadaran bahwa adanya bahasa asing kini diperlukan untuk menghadapi perkembangan global sehingga selanjutnya ketertarikan untuk mempelajari bahasa asing, selain yang diajarkan di sekolah, pun terus muncul.

Mayoritas responden dalam penelitian ini menggunakan media sosial, khususnya *TikTok*, sebagai salah satu media pembelajaran bahasa asing. Sebanyak 60% responden pun merasa setuju bahwa beragam konten dan fitur yang ada di media sosial dapat mendorong dan membantu mereka mempelajari bahasa asing. Hal ini sejalan dengan temuan Öztürk (2019, hlm.

68) yang menyatakan bahwa lebih dari 50% responden yang merupakan mahasiswa di Universitas Gazy menggunakan media sosial untuk kepentingan pembelajaran bahasa asing. Penggunaan aplikasi media sosial ini pun dapat membantu mahasiswa dalam meningkatkan empat keterampilan bahasa, sesuai dengan hasil riset Faizi, dkk di tahun 2014. Dalam penelitian ini, para mahasiswa lebih banyak mengasah keterampilan berbicara dan menyimak, sesuai dengan bentuk konten audio visual yang disajikan dalam media sosial yang diteliti yaitu *TikTok*. Berkenaan dengan fitur dan jejaring yang ada di media sosial, Dhanya (2016, hlm. 106) menyatakan bahwa mahasiswa dapat langsung mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan bahasa yang dimilikinya di media sosial. Dari penelitian ini pun didapatkan bahwa salah satu fitur dalam aplikasi *TikTok*, yaitu fitur duet video, dapat langsung membantu mereka dalam melatih keterampilan berbicara.

## SIMPULAN

Bahasa asing merupakan salah satu unsur dan kebutuhan yang terpenting dalam menjalani kehidupan di era globalisasi. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa bahasa asing yang paling banyak dipelajari oleh para responden telah sesuai dengan kondisi pembelajaran bahasa asing di Indonesia di mana bahasa Prancis, bahasa Korea, bahasa Jerman, bahasa Jepang, dan bahasa Arab menduduki 5 bahasa asing yang paling banyak dipelajari oleh para responden dan merupakan bahasa-bahasa asing yang telah menjadi fokus program studi di beberapa perguruan tinggi di Indonesia. Berkenaan dengan motivasi yang mendorong responden untuk mempelajari bahasa asing, ditemukan bahwa mayoritas responden memiliki motivasi intrinsik dan integratif yang mendorongnya dalam mempelajari bahasa asing. Artinya, mayoritas responden mempelajari bahasa asing karena dorongan dari dalam dirinya sendiri entah itu karena minat dan ketertarikannya terhadap bahasa yang ia

pelajari, serta tujuannya untuk kepentingan budaya dan sosial juga mendorongnya mempelajari bahasa asing tersebut.

Untuk mendukung pembelajaran bahasa asing yang baik maka dibutuhkan media pembelajaran yang baik pula. Salah satu media sosial yang kini dapat menjadi media belajar yang terus berkembang baik dari segi fitur maupun segi pengguna adalah media sosial *TikTok*. Mayoritas para responden dalam penelitian ini pun menggunakan *TikTok* sebagai salah satu media pembelajaran bahasa asingnya. Konten mengenai pembelajaran bahasa asing yang paling banyak dikonsumsi para responden adalah konten-konten yang berkenaan dengan keterampilan berbicara. Hal ini sesuai dengan bentuk utama konten dalam media sosial *TikTok* yaitu video dengan audio sehingga dapat membantu pembelajar dalam keterampilan berbicaranya.

Didapatkan data bahwa sebanyak 36,30% responden merasa “sangat setuju” media sosial *TikTok* membantunya untuk menjadi lebih giat dalam belajar bahasa asing. Sisanya, sebanyak 23,60% responden merasa setuju, 32,70% menjawab netral, 5,50% menjawab tidak setuju, dan 1,80% berpendapat sangat tidak setuju. Artinya, jumlah responden yang setuju akan kehadiran media sosial *TikTok* untuk pembelajaran asing terbilang berpengaruh dan membuat mereka lebih terdorong dan termotivasi, dibandingkan dengan jumlah responden yang menjawab netral dan tidak setuju. Beberapa alasan dari jawaban-jawaban tersebut menyebutkan bahwa media sosial *TikTok* merupakan media yang menyenangkan dan bermanfaat untuk pembelajaran bahasa, terutama dengan adanya beragam konten dan tren terkini serta kemudahan akses atas informasi dan komunikasi. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa media sosial *TikTok* dapat menjadi salah satu alternatif media pembelajaran bahasa yang baik karena pengaruh positifnya terhadap motivasi mahasiswa dalam mempelajari bahasa asing.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abbas, J., Aman, J., Nurunnabi, M., & Bano, S. (2019). The impact of social media on learning behavior for sustainable education: Evidence of students from selected universities in Pakistan. *Sustainability (Switzerland)*, 11(6), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su11061683>
- Annur., C. M., (2021, Januari-September 29). *Indonesia Jadi Pasar Kedua Terbesar TikTok di Dunia pada 2020*. Databooks. Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/data-publikasi/publish/2021/09/29/indonesia-jadi-pasar-kedua-terbesar-tiktok-di-dunia-pada-2020> [diakses pada 5 Maret 2022]
- Dhanya, G., (2016). Journal of English Language and Literature (Joell) Research Article Influence of Social Media on English Language Learning Journal of English Language and Literature (Joell). *Journal of English Language and Literature*, 3(1), 105–110.
- Faizi, R., El Afia, A., & Chiheb, R. (2014). Social Media: An Optimal Virtual Environment for Learning Foreign Languages. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 9(5), pp. 64–66. <https://doi.org/10.3991/ijet.v9i5.3911>
- Faridatuunnisa, I. (2020). Kebijakan dan Pelaksanaan Pembelajaran Bahasa Inggris untuk SD di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional, 191–199. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/semnas2020/article/view/7510>
- Ginee.com (2021). *Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelejar!*. [daring]. Tersedia: <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>. [diakses pada 5 Maret 2022]
- Hardach, S. (2021, Januari 10). *Covid-19: Pelajar bahasa asing meningkat saat pandemi, mengapa?*. BBC News. Tersedia: <https://www.bbc.com/indonesia/ve>

- rt-fut-55556040 [diakses pada 5 Maret 2022]
- Kholid, I. (2017). Motivasi Dalam Pembelajaran Bahasa Asing. *English Education: Jurnal Tadris Bahasa Inggris LAIN Raden Intan*, 10(1), 61–71.
- Khosiyono, B. (2019). Kebijakan pendidikan bahasa asing di Indonesia dalam perspektif masyarakat global. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 6(1), 70-82. doi:<https://doi.org/10.21831/jppfa.v6i1.20612>
- Mahadi, T. S. T., & Jafari, S. M. (2012). Motivation, Its Types, and Its Impacts in Language Learning. In *International Journal of Business and Social Science* (Vol. 3, Issue 24).
- Malik, A.R., & Asnur, M.N.A., (2019). Using social media as a learning media of foreign language students in higher education. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 18(2), 166-175. <https://doi.org/10.21009/BAHTER.A.182.06>
- Motivasi. 2016. KBBI Daring. Tersedia: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/motivasi>. [diakses pada 1 Februari 2022]
- Öztürk, L. (2019). Functions and role of social media networks in learning a foreign language: A case study. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 6(6), 66-69. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2019.06.010>
- Santoso, I. (2014). Pembelajaran Bahasa Asing Di Indonesia: Antara Globalisasi Dan Hegemoni. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 14(1), 1. [https://doi.org/10.17509/bs\\_jpbs.v14i1.696](https://doi.org/10.17509/bs_jpbs.v14i1.696)
- Sastranegara, J. P. (2017). Peranan Tes Kuis dalam Meningkatkan Motivasi Pembelajar dalam Memahami Tata Bahasa Jepang Tingkat Dasar. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*. 17(1). [https://doi.org/10.17509/bs\\_jpbs.v17i1.6965](https://doi.org/10.17509/bs_jpbs.v17i1.6965)
- Smith, G. (2021, Mei 8). *The history of TikTok: From Musical.ly to the number 1 app in the world*. Dexerto. Tersedia: <https://www.dexerto.com/entertainment/the-history-of-TikTok-1569106/>. [diakses pada 18 Juni 2021]
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta : Bandung.
- Syam, R. I., & Maryani, A. (2019). Fenomena Pseudonim di *Twitter*: Studi Fenomenologi Konstruksi Identitas Cyber Account di *Twitter*. *Manajemen Komunikasi*, 5(2), 358–367. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/16755/pdf>
- Thohir, L. (2017). Motivation in a Foreign Language Teaching and Learning. *Vision: Journal for Language and Foreign Language Learning*, 6(1), 20. <https://doi.org/10.21580/vjv6i11580>
- We Are Social. (2021). *Digital 2021*. Global Digital Insights. [daring]. Tersedia: [https://andi.link/wp-content/uploads/2021/08/Hootsuite-We-are-Social-Indonesian-Digital-Report-2021\\_compressed.pdf](https://andi.link/wp-content/uploads/2021/08/Hootsuite-We-are-Social-Indonesian-Digital-Report-2021_compressed.pdf) [diakses pada 30 Januari 2022]

#### Sumber Data

- Teo, Vinnie [@vinnie.teo]. (2021, Juli 4). *Duet Announcer Shinkansen* [Video *TikTok*]. Tersedia: [https://www.TikTok.com/@vinnie.teo/video/6980931257786010881?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.TikTok.com/@vinnie.teo/video/6980931257786010881?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1) [diakses pada 11 Maret 2022]
- Kulture, Taeyang [@taeyangkulture]. (2021, Mei 28). *Kata-kata yang Wajib Dibatal Sebelum ke Korea* [Video *TikTok*]. Tersedia: [https://www.TikTok.com/@taeyangkulture/video/6967261477921164546?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.TikTok.com/@taeyangkulture/video/6967261477921164546?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1) [diakses pada 11 Maret 2022]