

Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris di Indonesia**Almaidah Bahri¹, Chella Meira Damayanti^{2*}, Yosephine Helena Sirait³, Fitri Alfarisy⁴**Universitas Diponegoro, Indonesia^{1,2,3,4}Email: almaidahbahri6@gmail.com¹, damayantichella@gmail.com²,helenyosephine@gmail.com³, fitri.alfarisy@live.undip.ac.id⁴**Artikel info****Artikel history:**

Diterima : 01-01-2022

Diterima dalam bentuk
revisi : 14-01-2021

Disetujui : 20-01-2022

Kata Kunci: TikTok; media belajar; pembelajaran bahasa Inggris**Keywords:** *TikTok; learning media; English learning***Abstrak**

TikTok merupakan sebuah platform media sosial yang memungkinkan pemakainya menciptakan video pendek disertai dengan berbagai macam pilihan fitur seperti musik, stiker filter dan beberapa fitur kreatif lainnya. Popularitas TikTok ini memungkinkan banyak pengguna, terutama kalangan anak muda, memanfaatkan platform ini untuk memperoleh informasi dan pengetahuan yang dikemas padat dan jelas melalui konten TikTok. Penelitian ini berfokus pada pembahasan aplikasi TikTok bagi penggunaannya untuk belajar bahasa Inggris melalui konten video daring yang dibagikan oleh content creator pada tagar populer #samamabelajar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan induktif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa TikTok dapat mengemas pembelajaran bahasa Inggris dengan menarik. Ditemukan ada empat jenis subjek dari aplikasi TikTok yang sering dibuat, yaitu vocabulary, grammar, pronunciation, dan common mistake. Setelah diteliti disimpulkan bahwa pengguna TikTok lebih menyukai video kategori grammar. Beberapa faktor TikTok memiliki daya tarik sebagai media pembelajaran bahasa Inggris yaitu video yang singkat, penyampaian materi yang jelas dan tidak monoton, ditambah dengan fitur efek tulisan dan emoji yang menarik dapat memberikan dampak positif dalam proses belajar penggunanya.

Abstract

TikTok is a social media platform that allows users to create short videos accompanied by a wide selection of features such as music, filter stickers and several other creative features. The popularity of TikTok allows many users, especially young people, to take advantage of this platform to obtain information and knowledge that is packaged densely and clearly through TikTok content. This study focuses on discussing the TikTok application for its users to learn English through online video content shared by content creators on the popular hashtag #samamasiswa. This study uses a qualitative method with an inductive approach. The research findings show that TikTok can package learning English in an interesting way. It was found that there are four types of subjects from the TikTok application that are often made, namely vocabulary, grammar, pronunciation, and common mistakes. After research, it was concluded that TikTok users prefer grammar category videos. Some of the factors that make TikTok attractive as a medium for learning English, namely short videos, clear and not monotonous delivery of material, coupled with interesting writing effects and emoji features, can have a positive impact on the learning process of its users.

Koresponden author: Chella Meira DamayantiEmail: damayantichella@gmail.com

artikel dengan akses terbuka di bawah lisensi

CC BY SA

2022



Pendahuluan

Era globalisasi membuat manusia bergantung pada teknologi. Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi berperan penting dalam berbagai aspek kehidupan. Teknologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Technologia* menurut Webster Dictionary berarti *systematic treatment* atau penanganan sesuatu secara sistematis, sedangkan *techne* sebagai dasar kata teknologi berarti *skill* atau keahlian, keterampilan dan ilmu (Soedarto et al., 2020). Menurut Gary J. Anglin, teknologi ialah penerapan ilmu-ilmu perilaku serta alam dan juga pengetahuan lain dengan secara sistematis serta sistematis untuk memecahkan masalah manusia. Sedangkan pendapat Jacques Ellul yang mendefinisikan teknologi sebagai keseluruhan metode yang secara rasional mengarah dan memiliki ciri efisien dalam setiap kegiatan manusia.

Dari pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa teknologi adalah suatu rancangan yang menghasilkan suatu produk dan memiliki efisiensi dalam setiap kegiatan manusia. Teknologi perlahan-lahan mulai mengubah pola hidup dan pola pemikiran masyarakat terutama di kalangan remaja (Wahyudi & Sukmasari, 2018). Hasil produk dari teknologi adalah media sosial, yang merupakan sebuah platform yang sering digunakan untuk bertukar informasi secara daring. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Cahyono, 2016). Media sosial membawa dampak positif dan keuntungan dalam perkembangan ilmu dan teknologi misalnya saja memudahkan dalam hal komunikasi, mencari dan mengakses informasi, mengembangkan relasi, menambah teman dan lainnya (Gani, 2020). Terdapat banyak sekali platform media sosial yang dapat digunakan sebagai media pembelajaran, seperti Instagram, YouTube, dan yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia dua tahun terakhir ini, TikTok.

TikTok merupakan sebuah platform media sosial yang memungkinkan pemakainya menciptakan video berdurasi 15-60 detik disertai dengan berbagai macam pilihan fitur seperti musik, stiker filter dan beberapa fitur kreatif lainnya (Rahardaya, 2021). Mengingat terdapat fitur-fitur pendukung yang ada di aplikasi TikToking dapat membuat suatu konten bisa lebih menarik dan mudah untuk dipasarkan (Priatama et al., 2021). Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China, ByteDance pertama kali meluncurkan aplikasi yang memiliki durasi pendek yang bernama Douyin. Hanya dalam waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari (Wijaya, 2022) Popularitas TikTok ini memungkinkan banyak pengguna, terutama kalangan anak muda, memanfaatkan platform ini untuk memperoleh informasi dan pengetahuan yang dikemas padat dan jelas melalui konten TikTok. Menurut Bulele, Y. N. (2020), media Tiktok hadir di Indonesia banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berkeaktifitas hingga berbisnis (Bulele & Wibowo, 2020). Penggunaan media sosial TikTok dapat memengaruhi kepercayaan diri seseorang khususnya remaja (Adawiyah, 2020). Pengguna TikTok yang lebih banyak menggunakan bahasa Inggris dalam penyampaian kontennya, secara tidak langsung memberikan dampak terhadap pengguna aplikasi ini. Mulai dari cara berbicara, merangkai kalimat, belajar kata gaul baru, dan memahami isi konten berbahasa Inggris dalam video yang bertaggar #samamabelajar. Peneliti telah mengidentifikasi bahwa tagar tersebut memiliki jumlah penayangan lebih dari 70 miliar views, terbanyak dibandingkan dengan tagar lain yang kontennya memiliki topik pembelajaran bahasa Inggris. Angka ini diprediksikan akan semakin

bertambah dan tidak menutup kemungkinan jumlah unggahan video dalam tagar tersebut juga semakin tinggi.

Masih banyak yang menganggap bahwa mencari dan belajar bahasa Inggris secara daring adalah rumit dan membosankan. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 64 juta orang, dengan pengguna media sosial TikTok mencapai 10 juta orang. Sangat bertolak belakang dengan fakta bahwa durasi tiap anak muda Indonesia yang menghabiskan kurang-lebih sembilan jam sehari menggunakan gawainya, tetapi tidak memaksimalkan waktu untuk menambah ilmu baru yang tidak diajarkan oleh guru di sekolah. Maka dari itu harus ada perubahan meliputi sasaran, struktur dan isi program pendidikan serta media pembelajaran yang membuat pembelajaran lebih menarik, tepat dan sesuai dengan memanfaatkan teknologi dalam pembelajarannya (Surani, 2019). Menurut Luisandrith dan Yanuartuti aplikasi TikTok dapat mengembangkan kekreatifan peserta didik serta membantu siswa berekspresi dalam membuat video (Luisandrith & Yanuartuti, 2020). Hal ini diperkuat dengan konsep Vernom bahwa melibatkan teknologi video dalam pembelajaran mampu meningkatkan kemampuan belajar sebesar 50% dari pada tanpa mempergunakan media (Nugraha & Winiarti, 2014)

Dari sekian banyak jumlah pembuat konten dan videonya yang banyak tersebut, jenis dan pola dalam konten mana yang menjadi kegemaran anak muda Indonesia untuk dijadikan sumber pembelajaran berbahasa Inggris secara daring dibahas melalui penelitian ini.

Penggunaan aplikasi TikTok untuk pembelajaran berbahasa Inggris di Indonesia belum pernah diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perkembangan media pembelajaran berbahasa Inggris dalam video pendek di aplikasi TikTok dan menunjukkan fenomena maraknya penggunaan aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran bahasa Inggris secara daring pada beberapa tahun terakhir.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan induktif. Metodologi kualitatif sendiri adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data dekriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Alfarisy, 2020). Pengertian metode induktif adalah jenis metode penelitian dalam bentuk penalaran yang mampu mengambil proposisi ke permasalahan khusus menjadi pembahasan umum (Nurhasanah, 2020). Kemudian, peneliti juga menerapkan metode pendekatan induktif yang mengedepankan fakta atas permasalahan sosial yang kemudian dilakukan analisis secara mendalam melalui pertanyaan. Hingga akhirnya mampu melahirkan teori yang dianggap sesuai dengan pernyataan hingga kesimpulan. Peneliti mengumpulkan data dari video online di TikTok dari lima content creators terbaik. Lima content creators terbaik dipilih dari tagar paling populer di TikTok yang berkaitan dengan pembelajaran bahasa Inggris bertagar #samamabelajar (79,4 miliar tayangan). Pada tagar #samamabelajar, kelima content creators terbaik itu terlihat berdasarkan jumlah followers, videos, likes, dan konten yang disajikan. Mereka berasal dari akun @eranitri, @prajaelfikri, @floandday, @zulfazida, dan @juannazhen. Video online empat content creators terbaik diambil dari video yang diunggah pada tahun 2020 hingga tahun 2021. Selain itu, data diperoleh dari dokumentasi. Berdasarkan data yang dikumpulkan, ada beberapa tahapan dalam analisis data. Pertama, data dikategorikan berdasarkan jenis subjek dari setiap content creator. Kedua,

data dianalisis berdasarkan jumlah views, likes, shares, dan comments tertinggi yang terdapat dalam video TikTok. Selanjutnya peneliti membandingkan satu sama lain dan disajikan dalam tabel. Terakhir, analisis data untuk mengetahui pengaruh aplikasi TikTok bagi generasi milenial dan Z.

Hasil dan Pembahasan

Perubahan zaman yang melibatkan penggunaan internet dan teknologi, tidak membatasi anak muda untuk mencari sumber media pembelajaran yang tidak terpaku saja dari buku cetak. Aplikasi berbasis video TikTok akhir-akhir ini semakin digemari untuk dijadikan media pembelajaran bahasa Inggris dibandingkan platform YouTube dikarenakan fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasinya yang menarik dan durasi kontennya yang dikemas dengan padat dan jelas.

Hasil penelitian menunjukkan adanya 4 jenis pembelajaran berbahasa Inggris yang sering dibuat pembuat konten (content creator) pada aplikasi TikTok, yaitu kosakata (vocabulary), tata bahasa (grammar), pengucapan (pronunciation), dan kesalahan umum (common mistake). Tidak hanya itu, juga ditemukan engagement tertinggi pada setiap jenis subjek dari lima pembuat konten terbaik pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai Engagement tertinggi untuk Setiap Jenis Subjek

<i>Content</i>	<i>Engagement</i>	<i>Type of Subject</i>				
<i>Creator</i>	<i>Category</i>	<i>Vocabulary</i>	<i>Grammar</i>	<i>Pronunciation</i>	<i>Common Mistakes</i>	
@zulfazida	<i>Views</i>	107.8K	484.6K	507.5K	294.8K	
	<i>Likes</i>	14.0K	41.2K	33.0K	49.9K	
<i>Content</i>	<i>Engagement</i>	<i>Type of Subject</i>				
<i>Creator</i>	<i>Category</i>	<i>Vocabulary</i>	<i>Grammar</i>	<i>Pronunciation</i>	<i>Common Mistakes</i>	
	<i>Comments</i>	25	502	66	119	
	<i>Shares</i>	91	302	152	255	
@aliciaserena	<i>Views</i>	<i>Likes</i>	2.6M	223.7K	730.2K	1.1M
		<i>Comments</i>	298.2K	37.5K	151.0K	87.4K
	<i>Shares</i>		1710	248	684	287
			17.6K	276	1068	888
@eranitri	<i>Views</i>	<i>Likes</i>	414.9K	1.4M	921.9K	687.5K
		<i>Comments</i>	58.1K	186.4K	312.1K	96.8K
	<i>Shares</i>		186	535	974	224
			250	550	3068	463
@elfikri	<i>Views</i>	<i>Likes</i>	9.2M	4.6M	23.5K	1.2M
		<i>Comments</i>	787,2K	488.4K	1403	167.7K
	<i>Shares</i>		16.7K	1620	23	876
			6743	2529	43	3583
@floandday		470.9K	1.3M	350.0K	457.3K	
		62.5K	214.8K	32.5K	48.9K	

	<i>Views</i>	<i>Likes</i>	346	1196	166	93
	<i>Comments</i>		447	10.8K	55	121
	<i>Shares</i>					

1. Pembuat Konten 1

Video dari content creator TikTok @zulfazida mendapatkan engagement yang cukup tinggi. Pembuat konten ini memiliki 220.200 pengikut di akun TikToknya dan secara keseluruhan memiliki jumlah like sebanyak 2.200.000. Konten yang disajikan memiliki banyak kategori; vocabulary, grammar, pronunciation, tips and trick, tounge twister, dan common mistakes. Grammar menjadi kategori dengan engagement yang paling tinggi dengan 816.800 views, 153.600 likes, 434 comments, dan 800 shares yang didapatkan pada tanggal 23 Juni 2021. Konten yang disajikan adalah mengenai perbedaan verb 1 dan verb 2. Di dalam video, pembuat konten tidak hanya menyampaikan perbedaan dalam menggunakan verb 1 dan 2, tetapi juga memberikan contoh kalimat agar lebih mudah dipahami oleh penonton, contohnya:

Verb 1: See

Verb 2 Saw

Contoh Kalimat: “*I see you*” “*I saw you yesterday*”

Penggunaan Verb 2 disini menunjukkan kejadian yang sudah berlalu.

Pada akhir video, pembuat konten juga memberikan pertanyaan ke penonton mengenai verb 1 dan verb 2 yang mereka ketahui. Dengan begitu, kolom komentar dipenuhi dengan berbagai macam jawaban, contohnya:

“*Bring – Brought*” “*Hide – Hid*”

“*Go – Went*” “*Play – Played*”

Selain terdapat jawaban dari para penonton di kolom komentar, terdapat banyak komentar positif mengenai konten yang disajikan, berikut ini contohnya:

“*Suka banget sama konten ini, mendidik*”

“*Kontennya sangat bermanfaat kak, tetap menginspirasi dan memotivasi kita untuk belajar bahasa Inggris*”

“*Terimakasih, sangat membantu*”

Komentar yang dituliskan oleh para penonton berisikan hal yang positif, bahkan banyak yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh pembuat konten. Melalui reaksi yang ada pada kolom komentar, dapat disimpulkan bahwa konten yang disajikan sangat bermanfaat dan menarik bagi pengguna TikTok.

2. Pembuat Konten 2

Berdasarkan content creator dari akun @aliciaserena, terdapat lima kategori pembelajaran bahasa Inggris, yaitu proverbs, common mistakes, vocabulary, grammar, dan pronunciation. Pembuat konten sangat menarik saat menyampaikan materi pembelajaran,

banyak gesture dan ekspresi wajah yang dipakai, serta penggunaan intonasi yang lantang membuat semangat dalam mendengarkan materi yang akan disampaikan. Pada akun ini, video yang mendapatkan engagement tertinggi untuk kategori grammar berjudul “#GrammarTest” yang diunggah pada 12 Juli 2021 dengan 223.800 views, 37.500 likes, 248 comments, dan 276 shares. Pada konten ini penonton diberikan pertanyaan dan diminta memilih antara dua pilihan yang disediakan, pembuat konten juga menjelaskan mengapa jawaban tersebut benar, serta memberikan trik untuk menjawab soal tersebut.

Jika dilihat melalui kolom komentar, banyak penonton yang masih salah dalam menjawabnya, berikut ini contohnya:

“Kemarin baru belajar tentang ini, udah salah lagi” “Sudah percaya diri jawab B, ternyata salah”

“This is smart. I got it wrong”

Melalui komentar tersebut, banyak sekali penonton yang masih salah dalam penggunaan grammar. Tetapi, setelah melihat video ini mereka menjadi paham akan penggunaan yang benar. Banyak penonton yang mendapatkan informasi melalui video ini

“Thanks kak” “Membantu sekali”

“Untung video ini muncul sebelum aku test TOEFL, thanks a lot kak!” “Thank you for the information”

Pada konten ini tidak ditemukan komentar negatif, semua memberikan dukungan untuk pembuat konten agar mengunggah lebih banyak video lagi. Berarti, bisa dikatakan akun @aliciasarena sangat digemari oleh para penontonya.

3. Pembuat Konten 3

Content creator Era Nitri @eranitri adalah salah satu content creator yang cukup terkenal pada platform TikTok. Dilihat dari jumlah followers dan banyaknya like pada videonya, konten Era Nitri memiliki daya Tarik yang cukup menarik untuk para penonton. Content creator ini menyajikan video pembelajaran bahasa Inggris dalam beberapa kategori. Kategori yang ada pada konten Era Nitri yaitu vocabulary, grammar, pronunciation, dan common mistakes. Banyak content yang dikemas secara menarik dan di jelaskan secara padat dan juga singkat tetapi cukup mudah dipahami. Seperti yang tertera pada tabel di atas, Era Nitri memiliki jumlah views yang cukup banyak dalam kategori grammar.

Video yang berjudul #koreksigrammaryuk yang diunggah pada 23 April 2021 ini memiliki jumlah views sebanyak 1,4M dengan jumlah like sebanyak 186,3K dan jumlah komentar sebanyak 535. Seperti video yang telah dianalisis pada kategori grammar, Era Nitri memberikan pengetahuan tentang grammar dari salah satu kalimat yang diambil dari platform Twitter, dimana kalimat tersebut bertuliskan “Twitter give me much knowledge than school” di dalam video kalimat tersebut dikoreksi dengan cara yang cukup menarik oleh Era Nitri. Berikut adalah hasil dari penjelasan di dalam video.

“Twitter give me much knowledge than school”

kalimat tersebut memiliki 3 kesalahan pada grammarnya, yang pertama ada pada kata “give” yang kedua ada pada kata “much” dan yang terakhir ada pada kata “knowledge”

- a. Present simple (singular) + verb s. Maka koreksi dari kata di atas yaitu menjadi “gives”
- b. Kata “much” harus di ganti dengan kata comparative menjadi “more”
- c. Misspelling pada kata “knowledge” diubah menjadi “knowledge”

Dari hasil pengoreksian yang disajikan oleh Era Nitri pada video tersebut membuat kalimat “Twitter give me much knowledge than school” menjadi “Twitter gives me more knowledge than school”

4. Pembuat Konten 4

Dilihat dari video content creator El Fikri dari akun @prajaelfikri memiliki berbagai jenis kategori dalam content yang disajikan, seperti vocabulary, grammar, pronunciation, common mistakes. salah satu video pada kategori grammar yang berjudul “Like vs like” yang diunggah pada 24 Februari tahun 2021 mendapat views sebanyak 4,6M dengan jumlah like sebanyak 488,4k dan jumlah komentar sebanyak 1618. Video tersebut menjelaskan tentang perbandingan pada kata like (verb) dan like (adjective). Berikut adalah penjelasan yang diberikan oleh content creator El Fikri pada videonya.

Like: suka/menukai (verb) VS Like: mirip/seperti (Adjective)

Like (Verb):

“I like you” “you like my friend” “she likes a banana”

Like (Adjective)

Tambahkan tobe setelah kata subjek seperti:

“I am like you” “you are like my friend” “she is like a banana”

Video ini disajikan cukup menarik dan mudah dipahami, karena content creator menjelaskannya dengan menuliskan penjelasan tersebut di atas kertas yang cukup mudah dipahami penontonnya. Pada kolom komentar, banyak para viewers yang memberikan komentar positif dan menyadari bahwa platform TikTok dapat digunakan sebagai media pembelajaran bahasa Inggris.

“Lebih paham diajarin sama TikTok” “Wah bermanfaat banget, makasih pak”

“Lebih enak belajar di TikTok yaa..”

5. Pembuat Konten 5

Content creator dari akun @floandday, termasuk ke dalam lima content creator teratas. Video-video yang diunggah sebagian besar tentang pengajaran materi-materi bahasa Inggris dan sebagian lainnya tentang penggunaan logat dari beberapa daerah di Indonesia. Dari keempat jenis pelajaran, content creator ini mendapatkan engagement tertinggi di kategori grammar. Video-video dari content creator @floandday tidak menggunakan pengeditan berlebih pada setiap video yang diunggahnya, tetapi cara penyampaian materi oleh content creator ini yang menggunakan teknik yang lebih dipahami dengan contoh kalimatnya terutama untuk konten tersebut. Selain dari penyampaian secara lisan, content creator ini menyediakan efek tulisan di konten sehingga pengguna lain lebih memahami apa

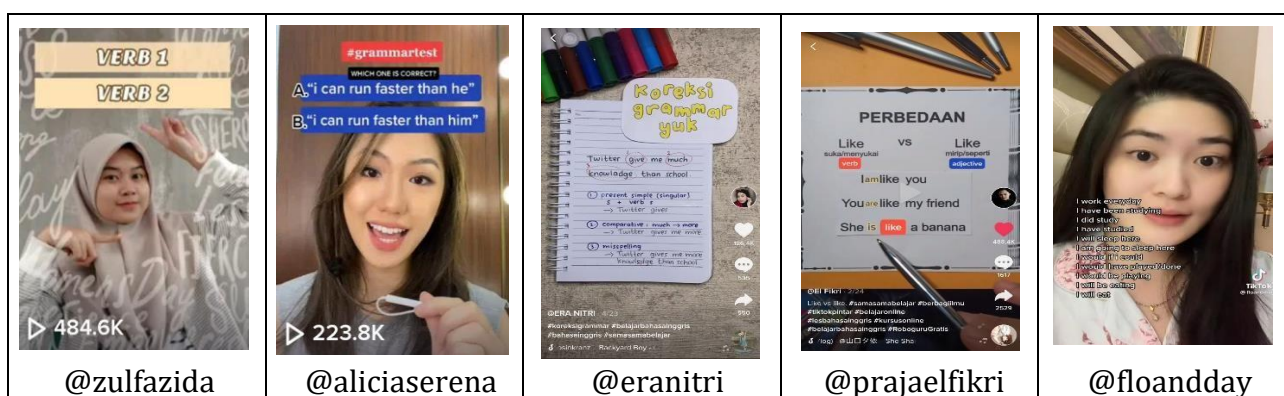
yang sedang disampaikan.

Dari sekian banyak kategori, konten grammar lebih populer oleh penggunanya. Tampaknya content creator dari @floandday memiliki engagement tertinggi untuk kategori yang mencapai lebih dari 1,3 juta views, lebih dari 214.800 likes, lebih dari 1,800 comments, dan lebih dari 10.800 shares dibandingkan dengan video untuk kategori lainnya. Video ini diunggah pada tanggal 5 Juli 2021 menampilkan cara membedakan dan menghafal 16 jenis tenses dalam bahasa Inggris dengan menemukan kunci penting dari setiap jenis kalimatnya dan bagaimana kegunaannya. Video TikTok dari content creator ini menerima banyak komentar positif seperti pada contoh berikut.

“Membantu banget kaakkk” “Langsung paham nih makasih” “Thank you kak...penting banget ini” “Thanks tips nya kak”

Berdasarkan komentar diatas, dapat dikatakan bahwa content creator ini memiliki cara mengajar yang mudah dipahami dan tidak monoton. Maka dari itu, bermanfaat bagi pengguna untuk belajar bahasa Inggris.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kategori grammar memiliki engagement tertinggi dari lima pembuat konten terbaik. Pernyataan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tampilan Konten dengan Engagement tertinggi dari setiap Pembuat Konten

Kategori grammar memperoleh engagement tertinggi bila dibandingkan dengan subjek lainnya. Ini karena kompetensi gramatikal membantu penutur untuk menggunakan dan memahami stuktur bahasa Inggris secara nyata dan akurat serta memfasilitasi kelancaran mereka. (Richards et al., 2002). Selain itu, tata bahasa membantu pelajar English Foreign Language atau disingkat EFL dalam merevisi dan meningkatkan tulisan mereka dan sepatah dua kata bahasa Inggris dapat diperoleh secara tidak sadar. Namun, pengetahuan tata bahasa bertindak sebagai landasan yang kokoh dalam hal referensi ketika linguistik menjadi ambigu (Debata, 2013)

Bila melihat jenis medianya, kategori grammar memiliki engagement tertinggi karena aplikasi TikTok hanya menyajikan video yang sangat singkat yang berdurasi 15- 60 detik, namun tetap memberikan manfaat. Jika dibandingkan dengan konten di media sosial Instagram dan YouTube, konten-konten di TikTok cocok untuk penyampaian materi kategori grammar walaupun dengan keterbatasan durasi yang disediakan, yang lebih pendek

daripada durasi yang disediakan oleh Instagram dan YouTube. Salah satu yang menjadi daya tarik TikTok disukai pengguna untuk belajar bahasa Inggris yaitu intonasi suara yang menarik dan jelas dalam penyampaian materi, kekreativitasan pembuat konten (seperti tulisan tangan yang berwarna-warni dan indah). Terakhir, terkait subjek yang disajikan lebih spesifik, jelas, dan tidak monoton.

Jenis subjek lainnya yang diminati oleh anak muda Indonesia, diantaranya vocabulary, pronunciation, dan common mistake. Masing-masing dari konten ini juga diminati anak muda karena disajikan dalam video pendek dengan materi yang menarik dan bermanfaat.

Cara penyampaian materi online melalui media seperti pada aplikasi TikTok seperti ini dipastikan akan bertambah. Baik dari ragam jenisnya, materinya, cara penyampaian dan kontennya akan selalu bertambah dan akan mendorong generasi muda lebih bersemangat belajar bahasa Inggris melalui aplikasi TikTok.

Kesimpulan

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa ada empat jenis subjek dan lima pembuat konten atau content creators terbaik dalam aplikasi TikTok; vocabulary, grammar, pronunciation, dan common mistake. Penelitian ini menyatakan bahwa kategori grammar mempunyai engagement tertinggi karena grammar dapat membantu penutur untuk menggunakan dan memahami stuktur bahasa Inggris secara nyata dan akurat dan juga video berdurasi pendek cocok untuk kategori ini. Pembelajaran bahasa Inggris online menarik banyak orang terutama pada generasi muda. Materi yang sederhana dan bermanfaat, pembelajaran yang tidak monoton karena dilengkapi dengan fitur tulisan yang tipe-tipenya menarik dipandang mata dan suaranya yang jernih dan jelas saat penyampaian materi. Juga, terlihat dari bagian komentar di video TikTok bahwa pengguna merasa terbantu oleh pembuat konten dalam memahami materi bahasa Inggris dengan cepat dan mudah. Sehingga banyak dari generasi muda menyukai aplikasi ini sebagai media pembelajaran bahasa Inggris online pada zaman serba teknologi ini.

Peneliti juga ingin memberikan saran kepada pembuat konten. Saran bagi pembuat konten agar konsisten dalam mengunggah konten, misalnya sekali seminggu atau dua kali seminggu dan sebagainya. Agar dalam pembuatan konten yang menarik dapat memperhatikan intonasi dan tempo suara dalam penyampaian materi serta gambar dan materi yang bervariasi. Mengingat bahwa pembuat konten mempunyai durasi yang singkat sehingga diharuskan selalu memberikan manfaat dan membuat proses belajar tidak membosankan bagi penggunanya.

Bibliografi

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Alfarisy, F. (2020). Kajian Budaya: Kebijakan Bahasa di Tengah Pandemi Covid19. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4(3), 343–353. [10.14710/anuva.4.3.343-353](https://doi.org/10.14710/anuva.4.3.343-353)
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 565–572.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Debata, P. K. (2013). The importance of grammar in English language teaching-A reassessment. *Language in India*, 13(5), 482–486.
- Gani, A. G. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja. *JURNAL MITRA MANAJEMEN*, 7(2).
- Luisandrith, D. R., & Yanuartuti, S. (2020). Interdisiplin: Pembelajaran Seni Tari Melalui Aplikasi Tik Tok Untuk Meningkatkan Kreativitas Anak. *Jurnal Seni Tari*, 9(2), 175–180.
- Nugraha, D., & Winiarti, S. (2014). Pengembangan media pembelajaran sistem pelacakan pada mata kuliah kecerdasan buatan berbasis multimedia. *Jurnal Sarjana Teknik Informatika*. ISSN, 2338–5197.
- Nurhasanah, S. (2020). Pengaruh Metode Pembelajaran dan Kemampuan Penalaran terhadap Penguasaan Konsep Matematika (Eksperimen Pada Siswa SMP Negeri di Kota Tangerang). *ALFARISI: Jurnal Pendidikan MIPA*, 2(1).
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok@jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. [10.21831/socia.v18i1.40467](https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467)
- Rahardaya, A. K. (2021). Studi Literatur Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS*, 3(2), 308–319. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.248>

Richards, J. C., Richards, J. C., & Renandya, W. A. (2002). *Methodology in language teaching: An anthology of current practice*. Cambridge university press.

Soedarto, T., Hendrarini, H., Alit, R., & Anggriawan, T. P. (2020). *INOVASI TEKNOLOGI PEMASARAN DIGITAL PADA CV. SUPPLY SEMESTA BERBASIS ANDROID*.

SCAN-Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 15(3), 24–27.
<https://doi.org/10.33005/scan.v15i3.2263>

Surani, D. (2019). Studi literatur: Peran teknolog pendidikan dalam pendidikan 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP*, 2(1), 456–469.

Wahyudi, H. S., & Sukmasari, M. P. (2018). Teknologi dan kehidupan masyarakat. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1).

Wijaya, I. W. H. I. (2022). Analisis Video Likes To Likes Rasio TikTok Pada Top 5 Vendor Smartphone di Indonesia.