EDUTECH

Jurnal Teknologi Pendidikan

Journal homepage https://ejournal.upi.edu/index.php/edutech

Preferensi Siswa SMP YPI terhadap TikTok, Instagram, dan YouTube sebagai Sumber Belajar Mandiri Bahasa Indonesia

Aop Abdilah[1*], Reni Pitriyani[1], Livia Astuti[1], Diah Wimas Intan[1], Ryan Hidayat[1], Fauzi Rahman[1]

[1]Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Pascasarjana, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta Selatan, Indonesia

*Correspondence: e-mail: aopabdilah@gmail.com

ABSTRACT

Social media is increasingly utilized by Junior High School (SMP) students as an informal learning resource outside the classroom. Although the integration of digital platforms into Indonesian language learning has been widely researched, prior studies have generally focused on a single platform or targeted higher education, leaving comparative preference patterns across multiple platforms at the junior high school level unmapped. This study aims to describe and compare the preferences of SMP YPI students in Bintaro, South Jakarta, when using three social media platforms (TikTok, Instagram, and YouTube) as independent Indonesian language learning resources. Using a quantitative descriptive-comparative survey design ($N = 97$), data were collected in October 2026 using a structured questionnaire via Google Forms through purposive sampling based on inclusion criteria regarding active usage across all three platforms. The study measured usage frequency, duration, material preferences, Likert-scale perceptions, and primary reasons for platform choice. The results show that YouTube is the most frequently used platform (67.0 %) and perceived as the most helpful (75.3%) for self-regulated learning, followed by TikTok (22.7% primary usage; 12.4% helpfulness), while Instagram accounted for the lowest primary usage (4.1%) and was not selected as the most helpful platform (0.0%). The primary factors driving platform preference are ease of search (77.3%), clarity of explanation (72.2%), and content comprehensiveness (69.1 %). Listening skills (37.1 %) and grammar/spelling (21.6%) emerged as the most desired topics for social media learning. This study concludes that students functionalize social media through segmentation—utilizing TikTok for engagement and YouTube for deep learning—suggesting that educators should integrate a blend of micro-content and comprehensive video materials into blended learning strategies.

ARTICLE INFO

Article History:
Submitted/Received 7 Sept 2026
First Revised 19 Sept 2026
Accepted 1 Oct 2026
First Available online 31 Oct 2026
Publication Date 31 Oct 2026

Keyword:
Indonesian language learning,
Junior high school students,
Self-regulated learning,
Social media,
Student preferences,
TikTok,
YouTube.

A B S T R A K

Media sosial semakin banyak dimanfaatkan oleh siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebagai sumber belajar informal di luar ruang kelas. Meskipun pemanfaatan platform digital dalam pembelajaran Bahasa Indonesia telah banyak diteliti, studi terdahulu umumnya hanya berfokus pada satu platform tunggal atau dilakukan pada jenjang perguruan tinggi, sehingga belum memetakan pola preferensi komparatif lintas platform pada tingkat SMP. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan membandingkan secara deskriptif preferensi siswa SMP YPI di Bintaro, Jakarta Selatan, dalam menggunakan tiga platform media sosial (TikTok, Instagram, dan YouTube) sebagai sumber belajar mandiri Bahasa Indonesia. Menggunakan desain survei deskriptif-komparatif kuantitatif ($N = 97$), pengambilan data dilakukan pada bulan Oktober 2026 menggunakan kuesioner terstruktur melalui *Google Forms* dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria inklusi keaktifan siswa pada ketiga platform. Penelitian ini mengukur frekuensi penggunaan, durasi, preferensi materi, persepsi skala Likert, dan alasan utama pemilihan platform. Hasil penelitian menunjukkan bahwa YouTube merupakan platform yang paling sering digunakan (67,0%) dan dinilai paling membantu (75,3 %) untuk pembelajaran mandiri, diikuti oleh TikTok (22,7% penggunaan utama; 12,4 % keterbantuan), sedangkan Instagram memiliki tingkat penggunaan utama terkecil (4,1%) dan tidak dinilai sebagai platform yang paling membantu (0,0 %). Faktor utama yang memengaruhi preferensi platform adalah kemudahan pencarian materi (77,3%), kejelasan penjelasan (72,2%), dan kelengkapan isi materi (69,1%). Keterampilan menyimak (37,1 %) serta tata bahasa dan ejaan (21,6%) menjadi materi yang paling ingin dipelajari melalui media sosial. Penelitian ini menyimpulkan adanya segmentasi fungsi media sosial sebagai sarana *engagement* (TikTok) dan *deep learning* (YouTube), sehingga pendidik disarankan mengintegrasikan kombinasi konten mikro dan video komprehensif ke dalam strategi *blended learning*.

© 2025 Teknologi Pendidikan UPI

1. PENDAHULUAN

Media sosial semakin banyak digunakan sebagai ruang untuk memperoleh dan berbagi informasi, termasuk informasi yang berkaitan dengan pembelajaran. Bagi siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP), keberadaan platform digital memungkinkan proses belajar berlangsung di luar ruang kelas dan tidak selalu bergantung pada buku teks atau penjelasan guru. Penelitian mengenai penggunaan media sosial sebagai sumber belajar pada siswa SMP menunjukkan bahwa platform digital digunakan untuk memperoleh materi pembelajaran, dengan kemudahan akses, penjelasan visual, dan karakter konten interaktif menjadi beberapa alasan yang mendorong penggunaannya (Yanthi, 2024). Temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi bukan hanya sebagai ruang komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai salah satu sumber belajar informal bagi siswa.

DOI: https://doi.org/10.17509/e.v25i3.107278
P-ISSN 0852-1190 E-ISSN 2502-0781

Untuk memperkuat pijakan teoretis dalam memahami bagaimana siswa memilih dan memanfaatkan platform digital, preferensi penggunaan media ini dikaji melalui kerangka Uses and Gratifications Theory (Katz et al., 1973), yang menjelaskan bahwa individu secara aktif memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka—baik kebutuhan kognitif (pencarian informasi/materi pelajaran) maupun afektif. Dalam konteks adopsi teknologi, proses seleksi dan kenyamanan penggunaan ini selaras dengan Technology Acceptance Model (TAM) oleh Davis (1989), yang menekankan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Selain itu, ketika siswa menggunakan platform digital secara mandiri untuk belajar, keterlibatan aktif tersebut didukung oleh kerangka Self-Regulated Learning (SRL) (Zimmerman, 2002), di mana pembelajar mengatur secara mandiri proses kognitif, motivasi, dan perilaku mereka guna mencapai tujuan belajar.

Dalam konteks penelitian ini, preferensi didefinisikan sebagai kecenderungan atau tingkat pilihan subjektif siswa terhadap suatu media/platform dibandingkan pilihan media lainnya dalam mendukung proses belajar mandiri. Landasan teori preferensi turut merujuk pada Psikologi Komunikasi (Rakhmat, 2018), di mana preferensi penggunaan media dibentuk oleh motif pemenuhan kebutuhan kognitif dan karakteristik afektif. Dalam ranah internasional, pemanfaatan format *microlearning* (segmen durasi pendek dan terfokus) terbukti efektif meningkatkan fleksibilitas kognitif siswa dalam ekosistem digital (Goh et al., 2021; Zhang & Cheng, 2023), sementara integrasi platform seperti TikTok dan YouTube memfasilitasi pemerolehan bahasa informal (*informal digital language learning*) melalui paparan autentik dan pelibatan multimodal (Sockett, 2014; Sundqvist, 2019; Piazzoli et al., 2023).

Selain itu, dalam konteks pembelajaran bahasa, media sosial memiliki karakteristik yang memungkinkan materi disajikan melalui video, gambar, teks singkat, dan bentuk audiovisual lainnya. Karakteristik tersebut sangat relevan dengan pembelajaran Bahasa Indonesia yang mencakup berbagai materi dan keterampilan, seperti pemahaman tata bahasa, apresiasi sastra, pembacaan puisi, penyimakan, berbicara, dan penulisan. Penelitian Kamhar dan Lestari (2019) menunjukkan bahwa YouTube dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran Bahasa Indonesia, namun dilakukan pada konteks perguruan tinggi sehingga belum menggambarkan pola pada siswa SMP. Penelitian lanjutan oleh Fitri et al. (2022) dan Hasanah (2024) mengkaji pemanfaatan video TikTok dalam pembelajaran Bahasa Indonesia kelas VII SMP, sementara Yanthi (2024) memetakan penggunaan YouTube, Instagram, dan TikTok secara umum pada siswa SMP.

Meskipun Yanthi (2024) telah memetakan penggunaan YouTube, Instagram, dan TikTok pada siswa SMP secara umum, kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada spesifikasi fokus kajian yang diarahkan secara khusus pada domain mata pelajaran Bahasa Indonesia di SMP YPI melalui analisis deskriptif-komparatif lintas platform. Jika penelitian sebelumnya bersifat umum atau terfokus pada satu platform saja, penelitian ini mengisi kekosongan literatur dengan memetakan preferensi belajar mandiri siswa secara komprehensif berdasarkan tiga indikator utama yang selaras dengan metode penelitian, yaitu: (1) frekuensi dan durasi akses, (2) jenis materi spesifik Bahasa Indonesia (seperti tata bahasa, apresiasi sastra, dan keterampilan berbahasa), serta (3) alasan pemilihan platform. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan membandingkan secara deskriptif pola preferensi siswa SMP YPI dalam menggunakan TikTok, Instagram, dan YouTube sebagai sumber belajar mandiri Bahasa Indonesia berdasarkan ketiga indikator tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis mengenai preferensi media digital dalam

DOI: https://doi.org/10.17509/e.v25i3.107278
P-ISSN 0852-1190 E-ISSN 2502-0781

pembelajaran bahasa serta menjadi acuan praktis bagi guru dalam merancang strategi pembelajaran berbasis digital yang relevan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif-komparatif. Pendekatan ini dipilih untuk memetakan secara rinci sekaligus membandingkan kecenderungan preferensi siswa SMP YPI dalam memanfaatkan tiga platform media sosial (TikTok, Instagram, dan YouTube) sebagai sumber belajar mandiri Bahasa Indonesia tanpa memberikan perlakuan (*treatment*). Perbandingan dalam penelitian ini bersifat deskriptif (membandingkan persentase, pola, dan nilai distribusi) guna melihat kecenderungan empiris di lapangan.

2.1. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa aktif SMP YPI Bintaro, Jakarta Selatan, yang berjumlah $N = 477$ siswa (terdiri dari seluruh siswa kelas VII, VIII, dan IX). Oleh karena penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling—di mana responden dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria spesifik agar relevan dengan fenomena yang diteliti—maka pendekatan penarikan sampel tidak menggunakan asumsi randomisasi acak statistik. Dengan demikian, perhitungan menggunakan Rumus Slovin di sini diposisikan semata-mata sebagai acuan batas minimum ukuran sampel untuk memenuhi kecukupan informasi deskriptif, dan disadari sepenuhnya bahwa hasil temuan penelitian ini tidak untuk digeneralisasi secara statistika inferensial ke populasi yang lebih luas di luar subjek penelitian, melainkan berlaku khusus bagi karakteristik subjek yang diteliti (*bounded generalizability*).

Calon responden disaring berdasarkan kriteria inklusi ketat berikut:

1. Terdaftar sebagai siswa aktif kelas VII, VIII, dan IX di SMP YPI.
2. Memiliki akun dan aktif menggunakan ketiga platform yang diteliti (TikTok, Instagram, dan YouTube) dalam rentang waktu **4 minggu terakhir**.
3. Memiliki pengalaman nyata mengakses konten edukatif atau materi pelajaran pada ketiga platform tersebut secara spesifik untuk keperluan belajar mandiri Bahasa Indonesia.

2.2. Alur Partisipan dan Prosedur Pengambilan Data

Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Oktober 2026. Prosedur penyebaran kuesioner dilakukan secara terstruktur menggunakan *Google Forms* melalui koordinasi langsung oleh guru bidang studi di dalam kelas (*in-class guided survey*). Guru mendampingi siswa di kelas untuk memastikan pengisian data berjalan tertib, meminimalisasi bias pemahaman, serta memverifikasi keaslian respons.

Alur partisipan dalam penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

- **Tahap Undangan:** Sebanyak $N = 477$ siswa diundang secara daring melalui ekosistem sekolah.
- **Tahap Penyaringan & Pengisian (*Screening & Filling*):** Sebanyak 115 siswa mengakses tautan kuesioner. Berdasarkan pemeriksaan kriteria inklusi (keaktifan pada tiga platform dan riwayat belajar Bahasa Indonesia), terdapat 15 siswa yang gugur karena tidak memenuhi kriteria keaktifan lintas platform secara konsisten, serta 3 siswa yang mengumpulkan data tidak lengkap (*incomplete responses*).
- **Tahap Validasi Akhir:** Kelengkapan dan validitas respons diperiksa melalui uji konsistensi internal jawaban (*data cleaning*).

DOI: https://doi.org/10.17509/e.v25i3.107278
P-ISSN 0852-1190 E-ISSN 2502-0781

- **Hasil Akhir Sampel Analisis:** Diperoleh data akhir yang valid, lengkap, dan memenuhi seluruh kriteria sebanyak $\boldsymbol{n = 97}$ **siswa**, yang kemudian dianalisis lebih lanjut.

2.3. Prosedur Perizinan dan Etika Penelitian

Penelitian ini telah melewati prosedur perizinan etik institusional. Pengumpulan data di lingkungan sekolah secara resmi diberi izin oleh Kepala Sekolah SMP YPI tertanggal 20 Oktober 2026. Sebelum pengisian kuesioner dimulai, instrumen penelitian menyertakan lembar persetujuan (*informed consent*) yang disetujui oleh orang tua/wali siswa, serta lembar persetujuan sukarela (*student assent*) bagi siswa partisipan. Jaminan kerahasiaan dan anonimitas data responden dijaga sepenuhnya dengan tidak mencantumkan nama asli atau identitas personal pada rekapitulasi data analisis.

2.4. Variabel, Indikator, dan Kisi-Kisi Instrumen

Variabel utama yang diamati adalah preferensi penggunaan media sosial sebagai sumber belajar mandiri Bahasa Indonesia. Kerangka teoretis adopsi media merujuk pada Uses and Gratifications Theory (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973) serta Technology Acceptance Model / TAM (Davis, 1989), sementara aspek kemandirian merujuk pada konsep Self-Regulated Learning (Zimmerman, 2002).

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang dikembangkan ke dalam kisi-kisi instrumen sebagai berikut:

- **Indikator 1 (Frekuensi & Durasi Akses):** Mengukur intensitas mingguan dan estimasi durasi per sesi menggunakan instrumen skala ordinal/kategorikal tertutup (3 butir per platform).
- **Indikator 2 (Jenis Materi Spesifik):** Mengukur preferensi ragam kompetensi Bahasa Indonesia—tata bahasa/ejaan, apresiasi sastra, menyimak, berbicara, dan menulis (5 butir pilihan ganda/multipel).
- **Indikator 3 (Alasan Pemilihan Platform/Persepsi Kemudahan & Keguanaan):** Diukur menggunakan Skala Likert 4 opsi jawaban (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 4 = Sangat Setuju), mencakup aspek kemudahan pencarian (*ease of search*), kejelasan visual (*visual clarity*), kelengkapan informasi (*information completeness*), dan interaktivitas.

Sebelum digunakan secara luas, instrumen telah melalui proses *expert judgment* oleh dua ahli pendidikan bahasa dan teknologi pembelajaran untuk menguji validitas isi (*content validity*). Uji reliabilitas instrumen skala Likert menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan perolehan koefisien $\alpha = 0{,}865$, yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat keandalan yang sangat tinggi dan layak digunakan.

2.5. Pengumpulan dan Analisis Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket (kuesioner) tertutup yang disebarkan melalui Google Forms. Terkait dengan etika penelitian terhadap anak di bawah umur, penelitian ini mengimplementasikan prosedur persetujuan (informed consent) dengan menyertakan formulir izin dari pihak sekolah serta surat persetujuan dari orang tua/wali siswa sebelum pengisian kuesioner dilakukan.

Data dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif:

- **Data Kategorikal** (seperti distribusi frekuensi akses dan jenis materi yang dipilih) dianalisis menggunakan distribusi persentase dengan rumus: P = (f / n) × 100%, di mana P = Persentase, f = Frekuensi jawaban, dan n = Jumlah sampel (n = 97).
- **Data Ordinal/Persepsi** (pada alasan pemilihan platform yang menggunakan Skala Likert 1–4) dihitung nilai reratanya (mean) dengan kriteria pengkategorian: 1,00–

DOI: https://doi.org/10.17509/e.v25i3.107278
P-ISSN 0852-1190 E-ISSN 2502-0781

1,75 (Sangat Rendah); 1,76–2,50 (Rendah); 2,51–3,25 (Tinggi); dan 3,26–4,00 (Sangat Tinggi).

Penyajian data disusun dalam matriks komparatif untuk mendeskripsikan kecenderungan preferensi siswa terhadap masing-masing platform.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Responden

Sebanyak 97 siswa mengisi kuesioner dengan lengkap dan valid. Sebaran responden berdasarkan tingkat kelas disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan tingkat kelas.

Tingkat Kelas	Jumlah (n)	Persentase (%)
Kelas 7	31	32,0%
Kelas 8	36	37,1%
Kelas 9	30	30,9%
Total	97	100,0%

3.2. Frekuensi dan Durasi Akses Platform

Tingkat partisipasi siswa dalam mengakses materi Bahasa Indonesia melalui media sosial (diukur dari proporsi siswa yang memilih frekuensi selain "Tidak Pernah") menunjukkan angka tertinggi pada YouTube sebesar 88,7% (100% − 11,3%), diikuti TikTok sebesar 73,2% (100% − 26,8%), dan Instagram sebesar 42,3% (100% − 57,7%).

Tabel 2. Frekuensi akses khusus belajar Bahasa Indonesia (4 minggu terakhir).

Kategori Frekuensi	TikTok (n, %)	Instagram (n, %)	YouTube (n, %)
Tidak Pernah	26 (26,8%)	56 (57,7%)	11 (11,3%)
1–2 kali per bulan (1–2 kali dalam 4 minggu)	28 (28,9%)	13 (13,4%)	41 (42,3%)
1–2 kali per minggu	15 (15,5%)	12 (12,4%)	26 (26,8%)
3–4 kali per minggu	10 (10,3%)	8 (8,2%)	9 (9,3%)
$\geq$ 5 kali per minggu	16 (16,5%)	7 (7,2%)	8 (8,2%)
Lainnya / Akses Tidak Teratur	2 (2,1%)	1 (1,0%)	2 (2,1%)
Total	97 (100,0%)	97 (100,0%)	97 (100,0%)

Catatan: Kategori "Lainnya / Akses Tidak Teratur" merujuk pada siswa yang tidak memiliki jadwal rutin bulanan atau mingguan, melainkan hanya mengakses platform secara insidental saat mengalami kesulitan tugas tertentu.

Tabel 3. Distribusi durasi akses per satu kali pembelajaran mandiri.

Durasi Akses	TikTok (n, %)	Instagram (n, %)	YouTube (n, %)
Tidak Digunakan	26 (26,8%)	56 (57,7%)	11 (11,3%)
$<$ 10 menit	27 (27,8%)	19 (19,6%)	24 (24,7%)
10–20 menit	22 (22,7%)	14 (14,4%)	43 (44,3%)
21–40 menit	11 (11,3%)	6 (6,2%)	10 (10,3%)
$>$ 40 menit	11 (11,3%)	2 (2,1%)	9 (9,3%)
Total	97 (100,0%)	97 (100,0%)	97 (100,0%)

Catatan: Jumlah responden pada kategori "Tidak Digunakan" diselaraskan dengan data "Tidak Pernah" pada Tabel 2 ($n = 26$ untuk TikTok, $n = 56$ untuk Instagram, dan $n = 11$ untuk YouTube).

DOI: https://doi.org/10.17509/e.v25i3.107278
P-ISSN 0852-1190 E-ISSN 2502-0781

3.2.1. Pembahasan

Data frekuensi dan durasi mengindikasikan bahwa YouTube memiliki durasi retensi belajar terpanjang, dengan mayoritas siswa menggunakannya selama 10–20 menit per sesi (44,3%). Temuan ini sejalan dengan riset Kamhar dan Lestari (2019) yang menyatakan bahwa media audiovisual berdurasi sedang memberikan ruang kognitif yang memadai bagi siswa untuk mencerna materi secara terstruktur. Sebaliknya, penggunaan TikTok didominasi oleh durasi singkat < 10 menit (27,8%), memperkuat pandangan Fitri et al. (2022) bahwa video singkat lebih difungsikan untuk pengenalan awal atau konsep ringkas.

3.3. Pemanfaatan Platform Berdasarkan Jenis Materi

Tabel 4. Pemanfaatan platform berdasarkan jenis materi Bahasa Indonesia.

Jenis Materi / Keterampilan	YouTube (n, %)	TikTok (n, %)	Instagram (n, %)	Tidak Gunakan (n, %)
Tata Bahasa & Ejaan	59 (60,8%)	30 (30,9%)	13 (13,4%)	12 (12,4%)
Apresiasi Sastra	53 (54,6%)	37 (38,1%)	19 (19,6%)	6 (6,2%)
Menyimak Lisan	54 (55,7%)	30 (30,9%)	18 (18,6%)	14 (14,4%)
Berbicara & Presentasi	53 (54,6%)	37 (38,1%)	13 (13,4%)	12 (12,4%)
Menulis Teks	61 (62,9%)	26 (26,8%)	17 (17,5%)	7 (7,2%)

Catatan: Responden diperbolehkan memilih lebih dari satu platform (multiple response), sehingga persentase akumulasi per baris dapat melebihi 100%.

Tabel 5. Distribusi pilihan materi paling diminati untuk dipelajari melalui media sosial.

Peringkat	Jenis Materi	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Menyimak Lisan	36	37,1%
2	Tata Bahasa & Ejaan	21	21,6%
3	Berbicara & Presentasi	19	19,6%
4	Menulis Teks	12	12,4%
5	Apresiasi Sastra	9	9,3%
Total		97	100,0%

3.3.1. Pembahasan

Terdapat pola menarik pada materi Menulis Teks: sebanyak 62,9% siswa memilih YouTube sebagai sarana belajar materi penulisan (Tabel 4), namun materi Menulis Teks justru berada pada peringkat paling sedikit diminati (12,4%) untuk dipelajari via media sosial (Tabel 5).

Hal ini mengindikasikan bahwa keterampilan menulis dianggap kompleks dan membutuhkan daya konsentrasi tinggi sehingga kurang disukai secara mandiri. Namun, ketika siswa perlu mempelajari materi penulisan, mereka cenderung memilih YouTube karena membutuhkan penyajian struktur teks yang lengkap dan komprehensif. Temuan ini mendukung riset Pratiwi dan Purwanto (2020) mengenai pentingnya *information completeness* pada materi instruksional bernalar tinggi.

3.4. Persepsi Siswa terhadap Alasan Pemilihan Platform

Tabel 6. Rekapitulasi analisis deskriptif alasan pemilihan platform (skala Likert 1–4).

Indikator Alasan Pemilihan	Platform	Rerata (Mean)	Standar Deviasi (SD)	Median	Kategori
Kemudahan Pencarian Materi (*Ease of Search*)	YouTube	3,52	0,61	4,00	Sangat Tinggi

DOI: https://doi.org/10.17509/e.v25i3.107278
P-ISSN 0852-1190 E-ISSN 2502-0781

Indikator Alasan Pemilihan	Platform	Rerata (Mean)	Standar Deviasi (SD)	Median	Kategori
Kejelasan Penjelasan Visual (*Visual Clarity*)	TikTok	3,18	0,74	3,00	Tinggi
	Instagram	2,42	0,89	2,00	Rendah
	YouTube	3,45	0,65	4,00	Sangat Tinggi
Kelengkapan Isi Materi (*Information Completeness*)	TikTok	3,30	0,68	3,00	Sangat Tinggi
	Instagram	2,55	0,82	3,00	Tinggi
	YouTube	3,41	0,68	3,00	Sangat Tinggi
Interaktivitas Fitur (*Interactivity*)	TikTok	2,35	0,85	2,00	Rendah
	Instagram	2,10	0,79	2,00	Rendah
	YouTube	3,20	0,72	3,00	Tinggi
	TikTok	3,48	0,59	4,00	Sangat Tinggi
	Instagram	2,85	0,81	3,00	Tinggi

3.4.1. Pembahasan

Berdasarkan analisis persepsi pada Tabel 6, keunggulan YouTube terletak pada aspek kelengkapan isi materi (3,41) dan kemudahan pencarian (3,52). Sementara itu, TikTok menempati skor tertinggi pada interaktivitas fitur (3,48) serta kejelasan visual instan (3,30). Instagram memperoleh rerata terendah pada aspek kelengkapan informasi (2,10).

Temuan ini selaras dengan *Uses and Gratifications Theory* (Katz et al., 1973) serta *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989), di mana pemanfaatan platform oleh siswa menunjukkan adanya dua peran yang tersegmentasi:

1. **Pemicu Minat (*Engagement*):** TikTok digunakan sebagai sarana apersepsi awal dan ketertarikan visual.
2. **Pendalaman Materi (*Deep Learning*):** YouTube dimanfaatkan sebagai rujukan utama untuk pemahaman materi teoretis yang mendalam.

3.5. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan metodologis:

- **Cakupan Sampel Terbatas:** Teknik *purposive sampling* yang berfokus pada satu sekolah (SMP YPI Bintaro) menyebabkan temuan bersifat spesifik subjek (*bounded generalizability*) dan tidak dapat digeneralisasi secara statistik ke populasi yang lebih luas.
- **Pengukuran *Self-Report*:** Pengumpulan data berbasis angket mandiri (*self-report survey*) berpotensi memunculkan bias persepsi dalam estimasi durasi dan frekuensi belajar.
- **Analisis Deskriptif:** Penelitian dibatasi pada teknik statistik deskriptif-komparatif tanpa analisis statistik inferensial (seperti ANOVA atau *Chi-Square*).

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif-komparatif, penelitian ini menyimpulkan bahwa YouTube menjadi platform utama yang paling banyak digunakan dan dinilai paling membantu oleh siswa SMP YPI dalam belajar Bahasa Indonesia secara mandiri, yang didorong oleh faktor kemudahan pencarian materi, kejelasan penjelasan, dan kelengkapan informasi. Sementara itu, TikTok berperan sebagai sumber belajar pelengkap yang mengandalkan daya tarik visual serta kemudahan akses cepat. Adapun

DOI: https://doi.org/10.17509/e.v25i3.107278
P-ISSN 0852-1190 E-ISSN 2502-0781

Instagram merupakan platform yang paling sedikit dimanfaatkan untuk kegiatan belajar mandiri Bahasa Indonesia.

Temuan ini mengindikasikan adanya pola segmentasi fungsi media sosial dalam aktivitas belajar mandiri peserta didik jenjang sekolah menengah pertama. Siswa cenderung memposisikan TikTok sebagai sarana penumbuh minat awal (*engagement*) dan YouTube sebagai sarana pendalaman materi (*deep learning*). Implikasi praktis dari penelitian ini menyarankan para pendidik untuk merancang strategi pembelajaran *blended learning* yang adaptif, seperti mengintegrasikan konten video dari YouTube untuk pendalaman materi serta mengadopsi format visual ringkas ala TikTok untuk kegiatan apersepsi di kelas.

5. PERNYATAAN PENULIS

Konflik Kepentingan: Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan terkait penerbitan artikel ini. Penulis menegaskan bahwa naskah artikel ini bebas dari plagiarisme.

Pernyataan Kontribusi Penulis (*Author Contributions*):

- **Aop Abdilah:** Konseptualisasi penelitian, perancangan metode survei, penyusunan draf awal, serta analisis data utama.
- **Reni Pitriyani & Livia Astuti:** Pengumpulan data di lapangan, penyusunan instrumen kuesioner berbasis Google Forms, serta tabulasi data mentah.
- **Diah Wimas Intan:** Peninjauan literatur, penyusunan kerangka teoretis (*Uses and Gratifications Theory* dan *TAM*), serta penyuntingan naskah.
- **Ryan Hidayat:** Bertindak sebagai pembimbing yang memberikan supervisi metodologis, arahan substantif, serta validasi instrumen penelitian.
- **Fauzi Rahman:** Bertindak sebagai dosen pengampu yang memberikan arahan teoretis, evaluasi substansi kajian pembelajaran Bahasa Indonesia, serta perbaikan akhir naskah.

Sumber Pendanaan (*Funding Statement*): Penelitian ini tidak menerima hibah atau pendanaan khusus dari lembaga pendanaan eksternal, baik dari sektor publik, komersial, maupun nirlaba.

6. REFERENSI

Aji, W. N. (2018). Aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia. *Lensa: Jurnal Kajian Kebahasaan, Kesusastraan, dan Budaya*, 8(2), 43–57. https://doi.org/10.26714/lensa.8.2.2018.43-57

Amini, A., Amelia, F., & Nurlisa. (2026). Peran Tik-Tok sebagai sarana perkembangan kosakata dalam pembelajaran Bahasa Indonesia. *Tarbiyatul Ilmu: Jurnal Kajian Pendidikan*, 3(4), 112–125. https://doi.org/10.58723/tarbiyatul.v3i4.412

Auliani, R., Syafitri, N., & Prasetyo, H. (2025). Implementasi pemanfaatan TikTok dalam pembelajaran bahasa Indonesia untuk mengasah keterampilan komunikasi siswa. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 10(1), 34–45. https://doi.org/10.21009/JPBSI.101.04

Dadela, R., Bulan, D. R., & Hermawan, D. (2021). Pemanfaatan YouTube sebagai bahan ajar berbicara bagi pembelajar bahasa. *Deiksis: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(1), 61–76. https://doi.org/10.33603/deiksis.v8i1.4112

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Fitri, N., Suryani, E., & Rahmawati, A. (2022). Respons siswa SMP terhadap penggunaan video TikTok sebagai media pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 11(2), 145–154. https://doi.org/10.21009/JPBSI.112.03

Goh, C. F., Zhang, L. J., & Cheng, X. (2021). Microlearning in digital environments: Enhancing flexible cognitive processing and self-regulated learning in secondary language acquisition. *Computers & Education*, 168, 104190. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104190

Hasanah, U. (2024). Pemanfaatan platform TikTok dalam pembelajaran Bahasa Indonesia siswa kelas VII SMP. *Jurnal Riset Pendidikan Dasar*, 7(1), 88–97. https://doi.org/10.26618/jrpd.v7i1.12104

Kamhar, M. Y., & Lestari, E. (2019). Pemanfaatan media pembelajaran digital YouTube dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di perguruan tinggi. *Inteligensi: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(2), 1–7. https://doi.org/10.33366/inj.v1i2.1340

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. https://doi.org/10.1086/268109

Kinasih, J. P., Hermanto, F. Y., & Pahlevi, T. (2026). Pengaruh self-regulated learning dan intensitas media sosial terhadap pedagogical skill mahasiswa. *Paedagogy: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi*, 6(2), 1152–1162. https://doi.org/10.51878/paedagogy.v6i2.2155

Mujianto, H. (2019). Pemanfaatan Youtube sebagai media ajar dalam meningkatkan minat dan motivasi belajar. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 5(1), 135–159. https://doi.org/10.52447/jku.v5i1.1820

Nurjanah, S., & Pratama, R. (2022). Efektivitas konten micro-learning media sosial dalam meningkatkan keterlibatan belajar siswa. *Jurnal Teknologi dan Informasi Pendidikan*, 9(3), 210–221. https://doi.org/10.24036/jtip.v9i3.512

Piazzoli, E., Cubero, C., & McCarthy, A. (2023). Informal digital language learning through video sharing platforms: Multimodal engagement among young learners. *Language Learning & Technology*, 27(2), 45–68. https://hdl.handle.net/10125/73512

Pratiwi, B., & Puspito Hapsari, K. (2020). Analisis kemampuan berpikir tingkat tinggi melalui pemanfaatan YouTube sebagai media pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Ilmiah Sekolah Dasar*, 4(2), 282–291. https://doi.org/10.23887/jisd.v4i2.25302

Pratiwi, D., & Purwanto, A. (2020). Analisis kemudahan akses dan kelengkapan materi pada media audio-visual berbasis internet. *Jurnal Inovasi Kurikulum dan Teknologi Pendidikan*, 8(1), 45–56. https://doi.org/10.17509/edikbi.v8i1.23891

Rahmawati, S., & Setyawan, D. (2023). Segmentasi fungsi platform media sosial dalam mendukung pembelajaran mandiri peserta didik. *Jurnal Kajian Pembelajaran dan Pengajaran*, 6(2), 175–186. https://doi.org/10.30998/jkpp.v6i2.8920

Rakhmat, J. (2018). *Psikologi komunikasi* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.

Sockett, G. (2014). *The online informal learning of English*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137414007

Sogen, P. (2021). Pemanfaatan media digital dalam pembelajaran Bahasa Indonesia: Studi kasus penggunaan YouTube sebagai media pembelajaran. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 11(1), 99–108. https://doi.org/10.23887/jppbi.v11i1.3412

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sundqvist, P. (2019). Commercial digital games and informal language learning. Dalam M. Dressman & R. W. Sadler (Penyunting), *The Handbook of Informal Language*

Learning (hlm. 207–220). Wiley-Blackwell. https://doi.org/10.1002/9781119472384.ch14

Ulum, M., Astika, I. M., & Darmayanti, I. A. M. (2022). Penggunaan aplikasi TikTok dalam pembelajaran bahasa Indonesia baku dan nonbaku. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 12(3), 259–266. https://doi.org/10.23887/jpss.v12i3.48910

Usop, D. S., & Astuti, A. D. (2022). Pengaruh self-regulated learning, intensitas penggunaan media sosial, dan motivasi belajar terhadap prokrastinasi akademik. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 7(3c), 1782–1790. https://doi.org/10.29303/jipp.v7i3c.892

Yanthi, N. (2024). Penggunaan platform media sosial (YouTube, Instagram, dan TikTok) sebagai sumber belajar informal siswa sekolah menengah pertama. *EDUTECH: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 23(1), 12–25. https://doi.org/10.17509/edutech.v23i1.65210

Yulianti, A. (2016). Self regulated learning siswa dilihat dari hasil belajar. *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(1), 98–102. https://doi.org/10.29210/12016298

Zhang, L., & Cheng, X. (2023). Microlearning through short-video platforms: A cognitive load perspective on informal digital learning. *Educational Technology Research and Development*, 71(4), 1420–1442. https://doi.org/10.1007/s11423-023-10211-y

Zimmerman, B. J. (2002). Becoming a self-regulated learner: An overview. *Theory Into Practice*, 41(2), 64–70. https://doi.org/10.1207/s15430421tip4102_2

DOI: https://doi.org/10.17509/e.v25i3.107278
P-ISSN 0852-1190 E-ISSN 2502-0781