

MEDIA SOSIAL DALAM PEMBELAJARAN KOSAKATA BAHASA INGGRIS: PERSPEKTIF MAHASISWA NON-BAHASA

Agus Wilson^{1*}, Dian Novita¹, Septian Wulandari¹

Program studi Teknik Informatika, Universitas Indraprasta PGRI¹

Email: wilsonaw2580@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa non-jurusan Bahasa Inggris terhadap penggunaan media sosial dalam pembelajaran kosakata Bahasa Inggris, serta mengevaluasi pengaruh lima faktor utama media sosial terhadap persepsi efektivitasnya penggunaannya. Pendekatan kuantitatif deskriptif-korelasional digunakan dengan melibatkan 175 mahasiswa semester awal Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, yang mengisi kuesioner daring berbasis skala Likert. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap penggunaan media sosial, dengan faktor kemudahan akses dan navigasi ($M = 23,08$) serta umpan balik konstruktif ($M = 23,05$) memperoleh skor tertinggi. Uji korelasi Spearman menunjukkan bahwa seluruh faktor memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap persepsi efektivitas media sosial, dengan korelasi tertinggi pada kemudahan akses dan navigasi ($r_s = 0,343$), diikuti oleh umpan balik konstruktif ($r_s = 0,324$) dan interaktivitas ($r_s = 0,317$). Temuan ini menegaskan bahwa media sosial berpotensi menjadi sarana pembelajaran kosakata yang efektif apabila dirancang dengan memperhatikan aspek aksesibilitas, dukungan umpan balik, dan keterlibatan aktif. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pendidik dan pengembang konten dalam merancang strategi pembelajaran berbasis media sosial yang menarik, aman, dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa lintas disiplin.

Kata Kunci : Media Sosial, Pembelajaran Kosakata, Bahasa Inggris, Mahasiswa Non-Bahasa, Korelasi

Abstract

This study aims to analyze the perceptions of non-English major students regarding the use of social media in English vocabulary learning and to evaluate the influence of five key social media factors on their perceived effectiveness. A descriptive-correlational quantitative approach was employed, involving 175 first-semester students of Indraprasta PGRI University, Jakarta, who completed an online Likert-scale-based questionnaire. Descriptive analysis showed that students had a positive perception of social media use, with ease of access and navigation ($M = 23.08$) and constructive feedback ($M = 23.05$) receiving the highest average scores. Spearman correlation tests revealed that all five factors had a positive and significant relationship with perceived effectiveness, with the strongest correlation found in ease of access and navigation ($r_s = 0.343$), followed by constructive feedback ($r_s = 0.324$) and interactivity ($r_s = 0.317$). These findings confirm that social media has the potential to serve as an effective vocabulary learning tool when designed with attention to accessibility, feedback support, and active engagement. This study provides practical contributions for educators and content developers in designing engaging, safe, and discipline-relevant social media learning strategies.

Key Words : Social Media, Vocabulary Learning, English, Non-English Major Students, Correlation

PENDAHULUAN

Kosakata merupakan komponen fundamental dalam pembelajaran Bahasa Inggris sebagai bahasa asing (English as a Foreign Language/EFL). Penguasaan kosakata yang memadai memungkinkan pelajar memahami makna dalam konteks lisan maupun tulisan, sekaligus membentuk dasar yang kuat dalam keterampilan

berbahasa lainnya seperti membaca, menulis, berbicara, dan mendengarkan [1].

Dalam konteks EFL, keterbatasan kosakata kerap menjadi hambatan utama dalam proses komunikasi dan pemahaman materi ajar. Oleh karena itu, strategi pembelajaran kosakata yang efektif sangat dibutuhkan, terutama bagi mahasiswa yang tidak berasal dari jurusan Bahasa Inggris namun tetap

dituntut untuk memiliki kemampuan berbahasa asing dalam dunia akademik maupun profesional.

Seiring berkembangnya teknologi digital, media sosial telah menjadi sarana yang menjanjikan dalam mendukung pembelajaran kosakata secara informal dan fleksibel. Platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram menyediakan konten otentik dan variatif yang dapat diakses kapan saja, memungkinkan mahasiswa belajar secara mandiri dan kontekstual [2]. Mahasiswa non-jurusan Bahasa Inggris, yang mungkin tidak memperoleh porsi pembelajaran bahasa yang cukup di kurikulum utama, dapat memanfaatkan media sosial sebagai alternatif atau pelengkap proses belajar. Keterlibatan aktif dalam platform tersebut juga diyakini mampu meningkatkan motivasi dan eksposur terhadap bahasa asing secara lebih alami [3].

Namun demikian, efektivitas media sosial sebagai alat pembelajaran sangat bergantung pada sejumlah faktor. Beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan antara lain kemudahan akses dan navigasi platform, interaktivitas dengan pengguna lain, kualitas serta relevansi konten, keamanan dan privasi pengguna, serta ketersediaan umpan balik yang membangun. Faktor-faktor ini tidak hanya mempengaruhi kenyamanan penggunaan, tetapi juga menentukan seberapa besar media sosial dapat benar-benar berkontribusi pada peningkatan penguasaan kosakata [4].

Meskipun telah banyak studi yang membahas penggunaan media sosial dalam pembelajaran bahasa, sebagian besar masih berfokus pada mahasiswa jurusan bahasa atau pembelajar ESL secara umum [5], [6], masih terdapat keterbatasan penelitian yang mengkaji bagaimana mahasiswa non-Bahasa Inggris memanfaatkan media sosial

untuk belajar kosakata, padahal kelompok ini juga diharapkan memiliki kecakapan bahasa asing dalam lingkungan akademik dan profesional. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi celah dalam literatur akademik dan memberikan gambaran empiris tentang bagaimana mahasiswa non-Bahasa Inggris memanfaatkan media sosial dalam proses pembelajaran kosakata, serta faktor-faktor apa saja yang paling memengaruhi persepsi mereka terhadap efektivitas media sosial dalam konteks tersebut.

Dengan latar belakang tersebut, secara khusus penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengidentifikasi persepsi mahasiswa non-jurusan Bahasa Inggris terhadap penggunaan media sosial dalam pembelajaran kosakata Bahasa Inggris, serta mengevaluasi faktor-faktor penting yang mendasari efektivitas media sosial sebagai alat pembelajaran. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis hubungan antara lima faktor utama—yaitu keamanan dan privasi, kemudahan akses dan navigasi, kualitas dan relevansi konten, interaktivitas dan partisipasi, serta umpan balik konstruktif—dengan persepsi mahasiswa terhadap efektivitas media sosial dalam membantu mereka meningkatkan penguasaan kosakata. Berdasarkan pendekatan korelasional-kuantitatif, penelitian ini menguji apakah terdapat hubungan positif dan signifikan antara faktor-faktor tersebut dengan persepsi efektivitas media sosial dalam pembelajaran kosakata di kalangan mahasiswa non-Bahasa Inggris. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis, yang dapat memperluas pemahaman tentang peran media sosial dalam pembelajaran kosakata Bahasa Inggris di kalangan mahasiswa non-bahasa, yang selama ini masih kurang tereksplorasi dalam literatur. Secara praktis, dapat dijadikan acuan bagi

pendidik, pengembang konten, dan institusi pendidikan dalam merancang strategi pembelajaran kosakata berbasis media sosial yang aman, relevan, dan menarik, sehingga mampu menjawab kebutuhan mahasiswa dari berbagai latar belakang disiplin ilmu di era digital saat ini.



Gambar 1. Model Hipotesis Pengaruh Media Sosial terhadap Efektivitas Pembelajaran Kosakata

METODE

Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif-korelasional, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menganalisis hubungan antara faktor-faktor dalam media sosial dan persepsi efektivitasnya terhadap pembelajaran kosakata Bahasa Inggris. Jenis penelitian ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan fenomena berdasarkan data numerik serta menguji keterkaitan antar variabel.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa non-Bahasa Inggris semester awal Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 175 mahasiswa yang telah mengisi kuesioner secara daring melalui *Google Forms*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling, karena seluruh responden dalam data telah memenuhi kriteria partisipasi.

Instrumen yang digunakan berupa **angket/kuesioner tertutup**. Kuesioner tersebut terdiri atas 40 item pernyataan yang

dibagi ke dalam enam bagian sesuai dengan konstruk penelitian, masing-masing dinilai menggunakan skala Likert 1–5 (1 = Sangat Tidak Setuju; 5 = Sangat Setuju) yang mencakup:

- **Bagian 1**, mencakup 10 item untuk mengukur variabel dependen, yaitu persepsi mahasiswa terhadap penggunaan media sosial dalam pembelajaran kosakata Bahasa Inggris (Y).
- **Bagian 2**, X1 (Konten yang Berkualitas dan Relevan, 6 item): menilai sejauh mana materi yang disajikan di media sosial sesuai dengan kebutuhan kosakata dan konteks pembelajaran.
- **Bagian 3**, X2 (Interaktivitas dan Partisipasi, 6 item): mengeksplorasi frekuensi dan kualitas interaksi mahasiswa dengan konten maupun sesama pengguna.
- **Bagian 4**, X3 (Umpan Balik Konstruktif, 6 item): mengukur persepsi terhadap kualitas umpan balik yang diberikan oleh instruktur atau teman sebaya.
- **Bagian 5**, X4 (Kemudahan Akses dan Navigasi, 6 item): menilai sejauh mana platform media sosial memfasilitasi akses cepat dan navigasi intuitif bagi pengguna.
- **Bagian 6**, X5 (Keamanan dan Privasi, 6 item): mengevaluasi keyakinan mahasiswa terhadap perlindungan data pribadi serta keamanan lingkungan belajar online.

Data dikumpulkan secara daring melalui *Google Forms*. Responden diminta mengisi kuesioner yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Keseluruhan item pernyataan menunjukkan nilai signifikansi $<0,05$ yang artinya item tersebut valid, dan reliabilitasnya dengan nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel berada dalam rentang **0,602** hingga **0,742**, yang menunjukkan bahwa instrumen ini berada dalam kategori **Cukup** [7][8], seluruhnya telah melampaui ambang batas penerimaan

0,60. Dengan demikian, data penelitian ini dinyatakan layak untuk digunakan dalam tahap analisis statistik selanjutnya.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, X4, X5, dan Y

| Reliability Statistics | | |
|--|------------------|------------|
| | Cronbach's Alpha | N of Items |
| Konten yang Berkualitas dan Relevan (X1) | 0,602 | 6 |
| Interaktivitas dan Partisipasi (X2) | 0,661 | 6 |
| Umpan Balik Konstruktif (X3) | 0,602 | 6 |
| Kemudahan Akses dan Navigasi (X4) | 0,608 | 6 |
| Keamanan dan Privasi (X5) | 0,626 | 6 |
| Persepsi (Y) | 0,742 | 10 |

Analisis data dilakukan dengan bantuan *software SPSS*, melalui beberapa tahap:

- a. **Statistik Deskriptif:** Untuk menggambarkan nilai rata-rata (mean), standar deviasi, dan persentase terhadap Persepsi efektivitas media sosial, dan Faktor-faktor penting (5 aspek) dalam platform media social.
- b. **Uji korelasi:** Untuk menguji hubungan antara Faktor-faktor media sosial (X1–X5) dengan persepsi efektivitas media sosial dalam pembelajaran kosakata (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan Media Sosial.

Persepsi mahasiswa non-Bahasa Inggris mengenai penggunaan media sosial dalam pembelajaran kosakata diukur melalui sepuluh item pernyataan yang dirancang untuk menggambarkan pandangan mahasiswa terkait efektivitas, kemudahan penggunaan, serta manfaat media sosial dalam menunjang penguasaan kosakata Bahasa Inggris. Rata-rata skor persepsi

efektivitas media sosial (berdasarkan item 1–10) ditunjukkan pada tabel 1 berikut.

Table 2. Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan Media Sosial dalam Pembelajaran Kosakata Bahasa Inggris

| No. | Pernyataan | M | SD |
|-----|--|------|-------|
| 1. | Saya telah mempelajari banyak kosakata Bahasa Inggris baru melalui media sosial | 4,07 | 0,821 |
| 2. | Saya harus mencari kata-kata baru di media sosial untuk meningkatkan kosakata bahasa Inggris saya | 3,92 | 0,798 |
| 3. | Media sosial meningkatkan keinginan saya untuk belajar Bahasa Inggris | 3,78 | 0,801 |
| 4. | Mempelajari kosakata bahasa Inggris melalui media sosial lebih menyenangkan dan tidak menegangkan dibandingkan mempelajarinya di kelas | 3,65 | 0,916 |
| 5. | Saya menggunakan media sosial untuk meningkatkan penguasaan kosakata bahasa Inggris saya | 3,71 | 0,687 |
| 6. | Saya lebih suka belajar kosakata bahasa Inggris melalui media sosial seperti Facebook, YouTube, TikTok, Instagram, Twitter, dan Telegram | 3,82 | 0,829 |
| 7. | Kosakata Bahasa Inggris yang saya pelajari di media sosial sesuai dengan konteks kehidupan akademik atau sehari-hari saya | 3,54 | 0,882 |
| 8. | Penyajian kosakata Bahasa Inggris di media sosial menarik dan memudahkan saya untuk memahami maknanya | 3,94 | 0,832 |
| 9. | Kosakata yang saya temukan di media sosial umumnya akurat dan sesuai dengan standar Bahasa Inggris yang benar | 3,89 | 0,784 |

| | | | |
|-----|---|------|-------|
| 10. | Saya sering menemukan contoh penggunaan kosakata Bahasa Inggris dalam kalimat yang sesuai konteks di media sosial | 3,60 | 1,034 |
|-----|---|------|-------|

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mahasiswa non-jurusan Bahasa Inggris secara umum memiliki persepsi **positif** terhadap penggunaan media sosial dalam pembelajaran kosakata bahasa Inggris. Nilai rata-rata (mean) untuk semua item berada dalam rentang **3,54 hingga 4,07**, yang menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi terhadap peran media sosial sebagai alat bantu belajar kosakata bahasa Inggris. Mayoritas mahasiswa merasa mendapatkan manfaat langsung dari paparan kosakata melalui berbagai platform media sosial, ditandai dengan skor rata-rata tertinggi ($M = 4,07$, $SD = 0,821$). Temuan ini sejalan dengan studi oleh Tam [9] yang menyatakan bahwa mahasiswa tahun pertama aktif memanfaatkan media sosial seperti YouTube dan TikTok untuk memperkaya perbendaharaan kosakata mereka secara kontekstual dan menyenangkan. Selain itu, mereka merasa belajar kosakata baru melalui media sosial sangat menarik dan memudahkan untuk dipahami maknanya ($M= 3,94$), umumnya akurat dan sesuai dengan standar Bahasa Inggris yang benar ($M= 3,89$). Ini mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak hanya terpapar pada kosakata baru, tetapi juga menganggap konten yang disajikan berkualitas dan relevan. Hasil ini diperkuat oleh temuan Fauziah dkk. [10] dan Abhi Rama dkk. [11], yang mengungkap bahwa penyajian kosakata melalui media sosial—khususnya TikTok dan Instagram—memiliki tingkat daya tarik dan kemudahan pemahaman yang tinggi di kalangan pelajar.

Menariknya, meskipun rata-rata seluruh item menunjukkan persepsi yang baik, pernyataan “*Kosakata Bahasa Inggris yang*

saya pelajari di media sosial sesuai dengan konteks kehidupan akademik atau sehari-hari saya” memperoleh nilai **paling rendah** ($M= 3,54$). Hal ini dapat menunjukkan bahwa walaupun konten media sosial menarik dan menyenangkan, tidak semua kosakata yang ditemukan memiliki relevansi langsung dengan konteks akademik atau profesional mahasiswa. Hal ini sejalan dengan pendapat Khaliq dkk. [4] yang menyebutkan bahwa kendala utama dalam pembelajaran kosakata melalui media sosial adalah kurangnya penyesuaian konten dengan kebutuhan akademik pengguna.

Hasil ini memperkuat pemahaman bahwa media sosial memiliki potensi sebagai sarana pembelajaran kosakata Bahasa Inggris yang efektif, terutama bila dikombinasikan dengan desain konten yang relevan dan strategi pembelajaran yang terstruktur. Penelitian oleh Zainal [1] juga menegaskan bahwa media sosial yang dirancang dengan pendekatan yang gamifikatif dan personalisasi konten mampu meningkatkan minat dan motivasi mahasiswa dalam pembelajaran kosakata.

b. Faktor-Faktor Penting dalam Media Sosial.

Selain persepsi umum terhadap penggunaan media sosial, penelitian ini juga mengevaluasi lima faktor utama yang dianggap berkontribusi dalam mendukung pembelajaran kosakata Bahasa Inggris, yaitu: konten yang berkualitas dan relevan, interaktivitas dan partisipasi, umpan balik konstruktif, kemudahan akses dan navigasi, serta keamanan dan privasi. Masing-masing faktor diukur menggunakan item skala Likert, dan hasilnya ditampilkan dalam Tabel 2 berikut.

Table 3. Faktor-Faktor Penting dalam Media Sosial untuk Pembelajaran Kosakata Bahasa Inggris

| No. | Faktor-faktor | M | SD |
|-----|---------------|---|----|
|-----|---------------|---|----|

| | | | |
|----|--|-------|-------|
| 1. | Konten yang Berkualitas dan Relevan (X1) | 22,74 | 3,015 |
| 2. | Interaktivitas dan Partisipasi (X2) | 21,47 | 3,269 |
| 3. | Umpan Balik Konstruktif (X3) | 23,05 | 2,848 |
| 4. | Kemudahan Akses dan Navigasi (X4) | 23,08 | 2,757 |
| 5. | Keamanan dan Privasi (X5) | 22,62 | 2,451 |

Hasil analisis deskriptif terhadap lima faktor penting dalam penggunaan media sosial untuk pembelajaran kosakata menunjukkan bahwa **kemudahan akses dan navigasi** ($M= 23,08$; $SD= 2,757$) dan **umpan balik konstruktif** ($M= 23,05$; $SD= 2,848$) menjadi faktor yang paling diapresiasi mahasiswa. Pernyataan seperti “*Saya bisa memilih sumber konten kosakata Bahasa Inggris dari berbagai akun atau kreator sesuai preferensi saya*”, “*Saya lebih memahami makna kosakata Bahasa Inggris setelah mendapat penjelasan atau klarifikasi dari orang lain di media social*”, memiliki skor tertinggi dalam faktor ini dengan masing-masing ($M= 3,92$) dan ($M= 3,99$). Hal ini mencerminkan pentingnya kemudahan penggunaan dan dukungan belajar yang membangun.

Faktor **konten yang berkualitas dan relevan** ($M= 22,74$; $SD= 3,015$) serta **keamanan dan privasi** ($M= 22,62$; $SD= 2,451$) juga dinilai cukup tinggi, menunjukkan perhatian mahasiswa terhadap materi yang sesuai serta perlindungan data saat menggunakan media sosial sebagai sarana belajar.

Sementara itu, **interaktivitas dan partisipasi** ($M= 21,47$; $SD= 3,269$) memperoleh skor paling rendah, mengindikasikan bahwa fitur-fitur interaktif di media sosial belum

dimanfaatkan secara optimal dalam konteks pembelajaran.

c. Analisis Korelasi

Penelitian ini menggunakan uji Spearman Rank karena hasil uji normalitas menunjukkan bahwa distribusi data tidak normal, sehingga penggunaan uji korelasi parametrik menjadi kurang tepat. Uji Spearman dipilih sebagai alternatif non-parametrik yang mampu mengukur kekuatan dan arah hubungan antar variabel meskipun data tidak berdistribusi normal.

Dalam konteks ini, Spearman Rank digunakan untuk menguji hubungan antara lima faktor penting dalam media sosial (keamanan dan privasi, kemudahan akses, konten yang relevan, interaktivitas, dan umpan balik) dengan persepsi efektivitas penggunaan media sosial dalam pembelajaran kosakata. Penggunaan teknik ini memungkinkan analisis yang valid dan reliabel atas hubungan antar variabel berdasarkan ranking data responden, sehingga sesuai dengan karakteristik data penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Spearman antara Faktor Media Sosial (X) dan Persepsi Efektivitas (Y)

| Faktor Media Sosial (X) | Koefisien Korelasi Spearman (r_s) | Sig. (2-tailed) | Keterangan |
|--|---------------------------------------|-----------------|---|
| Konten yang Berkualitas dan Relevan (X1) | 0,252** | < 0,001 | Korelasi positif lemah , signifikan |
| Interaktivitas dan Partisipasi (X2) | 0,317* | < 0,001 | Korelasi positif sedang , signifikan |
| Umpan Balik Konstruktif (X3) | 0,324** | < 0,001 | Korelasi positif sedang , signifikan |
| Kemudahan Akses | 0,343** | < 0,001 | Korelasi positif |

| | | | |
|---------------------------|---------|---------|------------------------------------|
| dan Navigasi (X4) | | | sedang, signifikan |
| Keamanan dan Privasi (X5) | 0,248** | < 0,001 | Korelasi positif lemah, signifikan |

Keterangan simbol:

** = Korelasi signifikan pada level 0.01 ($p < 0,01$).

Hasil uji korelasi Spearman menunjukkan bahwa seluruh faktor dalam media sosial (X1–X5) memiliki hubungan yang **positif dan signifikan** dengan persepsi mahasiswa non-jurusan Bahasa Inggris terhadap penggunaan media sosial dalam pembelajaran kosakata Bahasa Inggris (Y). Faktor dengan korelasi tertinggi adalah **Kemudahan Akses dan Navigasi** dengan $r_s = 0,343$ ($p < 0,001$). Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa kemudahan akses menjadi salah satu kunci utama dalam efektivitas media sosial sebagai alat bantu pembelajaran bahasa asing [4], [12], [13]. Akses yang cepat dan navigasi yang intuitif membuat mahasiswa lebih nyaman dan termotivasi menggunakan media sosial untuk memperkaya kosakata Bahasa Inggris [5]. Selaras dengan Alharthi, Ngo Thi Thanh Tam [9], dalam penelitiannya menunjukkan bahwa mahasiswa tingkat pertama sering menggunakan media sosial untuk pembelajaran kosakata, didorong oleh kenyamanan dan aksesibilitasnya, yang mendorong keterlibatan dalam proses pembelajaran. Platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok menyediakan sumber daya otentik dan menarik yang membantu meningkatkan paparan kosakata baru, termasuk bahasa gaul populer [10], [11]. Selain itu, penggunaan teknologi yang sudah akrab dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa menciptakan suasana belajar yang tidak terlalu formal namun tetap bermakna. **Umpan Balik** dan **Interaktivitas** juga berperan penting, sebagaimana terlihat dari nilai korelasi masing-masing ($r_s = 0,324$ dan $0,317$). Kedua faktor ini memungkinkan mahasiswa

terlibat aktif dan mendapatkan koreksi maupun dukungan dari sesama pengguna atau konten pembelajaran, yang berdampak pada peningkatan motivasi dan pemahaman kosakata. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Maharani [14], yang menunjukkan bahwa penggunaan platform digital interaktif dapat meningkatkan retensi kosakata dan keterlibatan mahasiswa secara signifikan. Selaras dengan Bayu Ardiansyah [15], yang melaporkan sebagian besar mahasiswa merasa penggunaan media dalam pembelajaran Bahasa Inggris begitu menyenangkan. Selain itu, penelitian oleh Indrawan dkk. [16] juga menegaskan bahwa media permainan interaktif berbasis aplikasi dapat membantu mahasiswa dalam melatih penguasaan kosakata secara efektif.

Sementara itu, dua faktor lainnya, yaitu **Konten yang Berkualitas dan Relevan (X1)** dan **Keamanan dan Privasi (X5)**, menunjukkan korelasi yang **lebih lemah**, meskipun tetap signifikan (masing-masing $r_s = 0,252$ dan $0,248$). Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kedua faktor ini penting, pengaruh langsungnya terhadap persepsi mahasiswa relatif **lebih kecil** dibandingkan faktor aksesibilitas, interaktivitas, dan umpan balik.

Faktor keamanan dan privasi yang menjadi perhatian utama mahasiswa menunjukkan bahwa meskipun media sosial bersifat terbuka, mahasiswa tetap menginginkan ruang yang aman dan terlindungi dalam proses belajarnya. Hal ini sejalan dengan literatur yang menyatakan pentingnya menciptakan ekosistem digital yang aman dalam pendidikan daring [17]. Korelasi positif yang ditemukan menegaskan bahwa kualitas dan fitur dari media sosial secara langsung memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap efektivitasnya dalam pembelajaran kosakata. Ini sejalan dengan model Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi

terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi berpengaruh besar pada penerimaan dan efektivitasnya [18]. Penelitian menunjukkan bahwa siswa di berbagai disiplin ilmu sering menggunakan media sosial untuk peningkatan kosakata, didorong oleh faktor-faktor seperti kenyamanan, keterlibatan, dan berbagai sumber daya yang tersedia [9]. Selanjutnya, penelitian menunjukkan bahwa sikap positif siswa terhadap platform seperti Facebook berkorelasi dengan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan mereka, memperkuat kerangka kerja TAM [19]. Selain itu, integrasi media sosial ke dalam praktik pendidikan telah terbukti meningkatkan hasil pembelajaran, karena siswa menganggap alat ini bermanfaat untuk akuisisi bahasa mereka [20], [21]. Hal ini menegaskan bahwa perlunya penguasaan teknologi digital bagi para pendidik dalam menjawab tantangan di era digital saat ini [22]–[24].

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa non-jurusan Bahasa Inggris memiliki persepsi positif terhadap penggunaan media sosial dalam pembelajaran kosakata Bahasa Inggris. Lima faktor penting dalam media sosial yang diidentifikasi sebagai pendukung utama adalah: keamanan dan privasi, kemudahan akses, kualitas konten, interaktivitas, dan umpan balik konstruktif. Media sosial dinilai sebagai alat belajar yang tidak hanya menyenangkan dan mudah diakses, tetapi juga dapat meningkatkan motivasi belajar. Temuan ini menegaskan bahwa dengan desain dan pengawasan yang tepat, media sosial dapat diintegrasikan sebagai bagian dari strategi pembelajaran Bahasa Inggris di perguruan tinggi.

Implikasi bagi pengajar perlu memanfaatkan media sosial secara strategis dengan mempertimbangkan aspek

keamanan, kemudahan penggunaan, serta kualitas konten yang disajikan. Selain itu, peningkatan interaktivitas dan pemberian umpan balik yang melibatkan partisipasi aktif mahasiswa, seperti melalui komentar atau kuis daring, dapat memperkuat efektivitas pembelajaran. Bagi pengembang konten, penting untuk merancang materi pembelajaran yang menarik, relevan, dan sesuai dengan konteks kebutuhan pembelajar. Sementara itu, institusi pendidikan diharapkan dapat mengintegrasikan media sosial ke dalam kurikulum berbasis teknologi guna mendukung pembelajaran digital yang aman, interaktif, dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Zainal, "University Students' Perspectives on Gamification in Vocabulary Learning: A Literature Review," *Malaysian J. Soc. Sci. Humanit.*, vol. 8, no. 5, p. e002314, May 2023, doi: 10.47405/mjssh.v8i5.2314.
- [2] H. Wang, M. Wang, and G. Li, "The Use of Social Media Inside and Outside the Classroom to Enhance Students' Engagement in EFL Contexts," *Front. Psychol.*, vol. 13, Sep. 2022, doi: 10.3389/fpsyg.2022.1005313.
- [3] N. N. Jalalzai, N. Kanwal, and Z. Ashraf, "Peer Feedback Practices in Improving English Vocabulary Learning among ESL Learners," *Glob. Lang. Rev.*, vol. VIII, no. II, pp. 100–109, Jun. 2023, doi: 10.31703/glr.2023(VIII-II).10.
- [4] A. Khaliq, A. Asif, and R. Ahmad, "The Use of English Language Vocabulary Learning Strategies through Social Media by Pakistani EFL Students," *Glob. Digit. Print Media Rev.*, vol. IV, no. IV, pp. 1–9, Dec. 2021, doi: 10.31703/gdpmr.2021(IV-IV).01.
- [5] M. Alharthi, A. Bown, and D. Pullen,

- “The Use of Social Media Platforms to Enhance Vocabulary Developing in Learning a New Language: A Review of The Literature,” *Arab World English J.*, vol. 6, pp. 318–331, Jul. 2020, doi: 10.24093/awej/call6.21.
- [6] A. Abbas, R. Gulzar, and Z. Hussain, “The Impact of Social Media (Facebook and YouTube) on Vocabulary Acquisition of ESL Learners,” *J. Commun. Cult. Trends*, vol. 1, no. 1, pp. 26–44, Jun. 2019, doi: 10.32350/jcct.11.02.
- [7] D. George and P. Mallery, *IBM SPSS Statistics 25 Step by Step*. titles: SPSS for Windows step by step. Description: Fifteenth edition. | New York, NY: Routledge, 2018. doi: 10.4324/9781351033909.
- [8] J. C. Nunnally and I. H. Bernstein, *Psychometric Theory 3rd Edition*, 3rd ed. in McGraw-Hill series in psychology. New York, St. Louis San Fransisco: McGraw-Hill Companies, Incorporated, 1994. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=r0fuAAAAMAAJ>
- [9] N. T. T. Tam, “Social Media Utilization For Vocabulary Enhancement In First Year Undergraduates,” *Int. J. Sci. Res. Publ.*, vol. 14, no. 4, pp. 154–161, Apr. 2024, doi: 10.29322/IJSRP.14.04.2023.p14820
- [10] N. Fauziah, N. A. Pebriano, and T. Murtiningsih, “Analysis of Vocabulary Learning Process from Instagram and TikTok,” *J. Penelit. Ilmu-Ilmu Sos.*, vol. 4, no. 1, pp. 66–75, Aug. 2023, doi: 10.23917/sosial.v4i1.2367.
- [11] M. Abhi Rama, Z. Hamdani, and C. Prihatini, “Students’ Perception On The Use Of Tiktok As An Effective Learning Media In Improving Students’ Vocabulary,” *J. Educ.*, vol. 5, no. 4, pp. 17079–17086, Jun. 2023, doi: 10.31004/joe.v5i4.4047.
- [12] A. Abbas, R. Gulzar, and Z. Hussain, “The Impact of Social Media (Facebook and YouTube) on Vocabulary Acquisition of ESL Learners,” *J. Commun. Cult. Trends*, vol. 1, no. 1, pp. 27–44, 2019, doi: <https://doi.org/10.32350/jcct.11.02>.
- [13] J. Prayudha, “EFL Students’ Perception on the Use of Social Media Platforms as Learning Tools,” *JETLi J. English Teach. Linguist.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–9, Jun. 2022, doi: 10.55616/jetli.v3i1.226.
- [14] I. M. A. L. Maharani, “Pengaruh Pemanfaatan Platform Digital Interaktif Terhadap Penguasaan Kosakata Bahasa Inggris Siswa Sekolah Menengah,” *J. Ilmu Pendidikan, Bhs. dan Sastra*, vol. 1, no. 2, pp. 29–34, Dec. 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.naiwabestscience.my.id/index.php/jumps/article/view/61>
- [15] B. Ardiansyah, “Efektifitas Instagram dalam Pembelajaran Bahasa Inggris di Program Studi Teknik Informatika,” *SAP (Susunan Artik. Pendidikan)*, vol. 8, no. 2, p. 322, Dec. 2023, doi: 10.30998/sap.v8i2.20902.
- [16] G. M. Indrawan, S. Retnantiti, and K. F. L. Sakti, “Penerapan Media Permainan Interaktif Petak Kata Berbasis Aplikasi Quizizz untuk Melatih Penguasaan Kosakata Bahasa Mandarin Siswa SMA Lintas Minat,” *JoLLA J. Lang. Lit. Arts*, vol. 3, no. 10, pp. 1474–1484, Oct. 2023, doi: 10.17977/um064v3i102023p1474-1484.
- [17] Q. Hou, M. Han, and Z. Cai, “Survey on data analysis in social media: A practical application aspect,” *Big Data Min. Anal.*, vol. 3, no. 4, pp.

- 259–279, Dec. 2020, doi: 10.26599/BDMA.2020.9020006.
- [18] F. D. Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology,” *MIS Q.*, vol. 13, no. 3, p. 319, Sep. 1989, doi: 10.2307/249008.
- [19] O. Kitchakarn, “How Students Perceived Social Media as a Learning Tool in Enhancing Their Language Learning Performance.,” *Turkish Online J. Educ. Technol. - TOJET*, vol. 15, no. 4, pp. 53–60, Oct. 2016, [Online]. Available: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1117631>
- [20] A. Amrullah, H. Lail, S. R. Sumayani, and N. H. B. Hamzah, “Students’ Perspectives on the Usefulness of ICT -Based Learning by Using Technology Acceptance Model (TAM),” *Eralingua J. Pendidik. Bhs. Asing dan Sastra*, vol. 7, no. 1, p. 162, Mar. 2023, doi: 10.26858/eralingua.v7i1.41955.
- [21] K. Alhumaid, K. Ayoubi, M. Habes, M. Elareshi, and S. A. Salloum, “Social Media Acceptance and e-Learning Post-Covid-19: New factors determine the extension of TAM,” in *2022 Ninth International Conference on Social Networks Analysis, Management and Security (SNAMS)*, IEEE, Nov. 2022, pp. 1–5. doi: 10.1109/SNAMS58071.2022.10062756.
- [22] M. Marhamah, A. Alwi, Y. Aman, and I. Rusmiati, “Urgensi Penguasaan Budaya dan Teknologi Digital bagi Guru Pendidikan Agama Islam,” *SAP (Susunan Artik. Pendidikan)*, vol. 9, no. 3, pp. 447–454, Apr. 2025, doi: 10.30998/sap.v9i3.24968.
- [23] S. Yadav, “Enhancing Digital Competencies of Teachers: A Roadmap for Modern Educators in the Digital Era,” in *IGI Global Scientific Publishing Platform*, IGI Global Scientific Publishing, 2024, pp. 109–134. doi: 10.4018/979-8-3373-1692-5.ch005.
- [24] M. K. Seeletso, “Teacher Education in the Digital Age: Opportunities and Challenges,” in *Perspectives on Teacher Education in the Digital Age*, Springer, Singapore, 2022, pp. 11–23. doi: 10.1007/978-981-19-4226-6_2.