

ABSTRAK

HILDA KHOERUNNISA 2025. “SOCIAL MEDIA AS A TOOL TO ASSIST STUDENTS’ ENGLISH LANGUAGE LEARNING PROCESS AT INDONESIAN HIGHER LEVEL”. Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi penggunaan media sosial serta bagaimana media sosial memfasilitasi pembelajaran bahasa Inggris di kalangan mahasiswa. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada semakin terintegrasinya media sosial dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa, di mana platform seperti X (Twitter), Instagram, TikTok, dan WhatsApp tidak hanya digunakan sebagai sarana koneksi dan komunikasi, tetapi juga berpotensi menjadi alat pendukung pembelajaran bahasa. Penelitian ini berlandaskan pada teori Mobile Assisted Language Learning (MALL) yang menekankan aspek mobilitas, interaktivitas, dan personalisasi. Penelitian ini menggunakan desain studi kasus kualitatif dengan melibatkan wawancara semi-terstruktur terhadap empat mahasiswa Pendidikan Bahasa Inggris di salah satu universitas di Tasikmalaya yang secara aktif menggunakan media sosial untuk mendukung pembelajaran bahasa Inggris mereka. Data dianalisis menggunakan analisis tematik yang dikemukakan oleh Braun dan Clarke (2006). Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform media sosial tersebut memfasilitasi pembelajaran bahasa Inggris mahasiswa dalam berbagai cara. Fitur interaktivitas memungkinkan mahasiswa berlatih bahasa Inggris melalui diskusi daring di X (Twitter), komunikasi dengan teman sebaya melalui grup WhatsApp, serta interaksi dengan kreator konten dan pengguna lain di Instagram. Aspek mobilitas dan aksesibilitas memungkinkan mahasiswa memperoleh input bahasa Inggris kapan saja dan di mana saja melalui perangkat seluler, seperti menonton video pembelajaran singkat, membaca caption, dan mendengarkan model pelafalan di TikTok dan Instagram. Selain itu, personalisasi konten melalui rekomendasi berbasis algoritma membantu mahasiswa memperoleh materi bahasa Inggris yang sesuai dengan minat, tingkat kemampuan, dan kebutuhan belajar mereka. Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi adanya tantangan, seperti kesulitan dalam menentukan sumber yang kredibel. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk pembelajaran bahasa Inggris apabila digunakan secara terarah dalam konteks pembelajaran digital.

Kata Kunci: Bahasa Inggris, Media Sosial, Mobile Assisted Language Learning (MALL), Pembelajaran Digital

ABSTRACT

HILDA KHOERUNNISA 2025. “SOCIAL MEDIA AS A TOOL TO ASSIST STUDENTS’ ENGLISH LANGUAGE LEARNING PROCESS AT INDONESIAN HIGHER LEVEL”. English Language Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, University of Siliwangi, Tasikmalaya.

This study aims to investigate the use of social media and how it facilitates English language learning among university students. The background of this research is based on the increasing integration of social media into students’ daily lives, where platforms such as X (Twitter), Instagram, TikTok, and WhatsApp are not only used for connection and communication but also serve as potential tools for language learning. This study is grounded in the theory of Mobile Assisted Language Learning (MALL), which emphasizes mobility, interactivity, and personalization. A qualitative case study design was employed, involving semi-structured interviews with four English Language Education students at a university in Tasikmalaya who actively use social media to support their English learning. The data were analyzed using thematic analysis proposed by Braun and Clarke (2006). The findings show that these platforms facilitate students’ English learning in multiple ways. Interactivity features enable students to practice English through online discussions on X (Twitter), peer communication in WhatsApp groups, and interaction with content creators and users on Instagram. Mobility and accessibility allow students to access English input anytime and anywhere through mobile devices, such as watching short educational videos, reading captions, and listening to pronunciation models on TikTok and Instagram. Additionally, content personalization through algorithm-based recommendations helps learners receive English materials that align with their interests, proficiency levels, and learning needs. However, this study also identified challenges, including difficulty determining credible sources. Overall, this study demonstrates that social media can be an effective tool for English language learning when used purposefully in a digital learning context.

Keywords: Social Media, Mobile Assisted Language Learning (MALL), Digital Learning.