

Peranan Video Pembelajaran Pahamify dalam Youtube terhadap Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan

Muhammad Ikhsan¹, Eugenius Kau Suni²

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi

STIKOM Inter Studi

Jakarta, Indonesia

Mikhsan683@gmail.com¹, Egi.suni@gmail.com²

Abstract— The purpose of this study to find out how the role of Pahamify video-based learning on Youtube affects the motivation to learn English for senior high school students in south Jakarta during COVID-19 pandemic. The researcher uses the Uses and Gratification theory which explains how someone uses the media for their needs and gets satisfaction. Researcher used descriptive quantitative method that using probability sampling technique with type of simple random sampling to obtain samples from the entire population. The researcher used an online survey with quantitative method. The data analysis technique used by the researcher was simple linear regression analysis with a two-way test, it means the result may be positive or negative. The results showed that the role of Pahamify video-based learning on Youtube for senior high school students Motivation in English of Nurussa'adah South Jakarta was quite good. However, the role of Pahamify video-based learning on Youtube does not seem to have a significant effect because the probability of 0.004 is smaller than the significance value for both directions, that is 0.05. Therefore, the role of Pahamify video-based learning on Youtube needs other support to increase motivation to learn English for senior high school students of Nurussa'adah, South Jakarta. Thus, the researcher hopes that this research can be continued as a reference material for the next research as a support for the development of English knowledge and communication science.

Keywords— *Video-based learning, Pahamify, English, Motivation.*

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan video pembelajaran Pahamify dalam Youtube berpengaruh terhadap motivasi belajar bahasa Inggris pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan pada masa pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification yang menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan media untuk kebutuhan mereka dan mendapat kepuasan ketika kebutuhan mereka terpenuhi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan menggunakan teknik probability sampling dengan jenis simple random sampling untuk mendapatkan sampel dari seluruh populasi. Penelitian menggunakan survei online dengan metode kuantitatif. Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier sederhana dengan uji dua arah, yang artinya hasil dari penelitian dapat positif ataupun negatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan video pembelajaran Pahamify dalam Youtube terhadap Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan cukup baik. Namun, peranan video pembelajaran Pahamify dalam Youtube nampaknya tidak berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Belajar Bahasa Inggris karena probabilitas 0,004

lebih kecil dari nilai signifikansi untuk dua arah yaitu 0,05. Oleh karena itu, Peranan Video Pembelajaran Pahamify dalam Youtube Perlu adanya dukungan lain untuk dapat meningkatkan motivasi belajar bahasa Inggris bagi pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan. Dengan demikian, penelitian diharapkan dapat dilanjutkan untuk menjadi bahan referensi pada landasan penelitian berikutnya sebagai dukungan pengembangan ilmu pengetahuan bahasa Inggris dan ilmu komunikasi.

Kata Kunci— *Video Pembelajaran, Pahamify, Bahasa Inggris, Motivasi.*

I. PENDAHULUAN

Bahasa Inggris merupakan sebuah keahlian yang sangat penting untuk dikuasai karena berfungsi sebagai kacamata untuk membuka segala jenis informasi dari belahan dunia dan menyatukan manusia dari berbagai negara. Menciptakan kemampuan bahasa Inggris sangat membantu untuk mengembangkan lebih lanjut kemampuan menyatel, berbicara, membaca, dan mengarang bagi siapa saja. Pola pengajaran pada tahap pengenalan dibutuhkan untuk seseorang yang belum mengenal bahasa Inggris (Islamiyah, 2011). Namun, berdasarkan hasil riset EF English Proficiency Index pada tahun 2021, Indonesia berada diperingkat 80 dengan kemampuan rendah, tertinggal jauh dari 112 negara yang bukan penutur asli bahasa Inggris. Di bawah Indonesia di tempati oleh Colombia dengan urutan ke 81, Sri Lanka di posisi 82, dan Mongolia di posisi 83. Sementara itu, Indonesia tertinggal oleh Qatar di urutan 79, Jepang di urutan 78, dan Madagascar di urutan 77 (EF Education First, 2022). Kondisi ini lebih buruk jika dibandingkan pada index tahun 2020 diposisi 74. Pada waktu yang sama, pelajar Indonesia juga harus berhadapan dengan pandemi COVID-19 yang menyebabkan turunnya motivasi belajar karena proses belajar harus beradaptasi secara online melalui metode Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ). Lebih dari itu, hal yang mempengaruhi pelajar mengalami penurunan motivasi secara *intrinsic* maupun *extrinsic* adalah jumlah tugas, gangguan komunikasi, dan fasilitas-fasilitas belajar yang belum mendukung (Nindia, 2020). Selain pelajar, guru-guru juga mengalami kesulitan dalam adaptasi metode PJJ karena kondisi kurangnya persiapan belajar ditengah pandemi, sehingga menjadi salah satu faktor menurunnya motivasi belajar Bahasa Inggris (Nindia, 2020).

Karakteristik pelajar adalah Gen Z yang lahir diantara tahun 1997 dan 2012 (Schukei, 2021). Gen Z disebut juga sebagai post-millennial, iGen, atau digital natives (Schukei, 2021). Mereka seperti generasi millennial yang dibesarkan dengan teknologi (Miranda, 2020). Adapun karakteristik pelajar Gen Z diantaranya:

1. Pragmatis. Gen Z mempunyai rentang perhatian lebih pendek dari generasi-generasi sebelumnya. Hal itu disebabkan oleh rasa puas yang cepat didapatkan melalui sosial media dan akses internet. Sehingga membuat mereka menjadi pribadi yang kurang sabar terhadap balasan, jawaban, atau dalam menunggu penilaian tugas mereka (Barnes et al., 2011).
2. Rentan terhadap kesehatan mental. Gen Z disebut juga sebagai generasi paling kesepian karena waktu mereka banyak dihabiskan untuk *online* (Barnes et al., 2011). Sehingga tak sedikit dari mereka tumbuh perasaan terisolasi dan depresi (Barnes et al., 2011).
3. Konsumen yang cerdas. Sifat pragmatis membuat mereka mampu menjelajah dan mengevaluasi berbagai pilihan produk secara cepat sebelum dikonsumsi (Barnes et al., 2011). Mereka cenderung lebih terpengaruh oleh rekomendasi konsumen nyata daripada selebriti (Barnes et al., 2011). Oleh karenanya, mereka akan bersedia berbagi *value* produk yang menjadi identitas mereka saat diekspresikan di sosial media (Barnes et al., 2011).
4. *Gamer virtual*. Gen Z menyukai permainan yang membuatnya cukup efektif dalam meningkatkan kegiatan belajar aktif dan menambah fokus dalam menjelaskan materi dan berbagi pengetahuan (Barnes et al., 2011).
5. *Visual learner*. Mereka suka menjelajahi, mandiri dalam mencari jawaban, dan sadar akan pilihan-pilihan video yang dapat diterima oleh mereka (Barnes et al., 2011).
6. Menyukai keberagaman. Mereka percaya bahwa perbedaan adalah hal yang baik untuk manusia. Oleh sebab itu, Gen Z memiliki orientasi dan semangat belajar yang tinggi jika menggunakan metode belajar yang sesuai (Barnes et al., 2011).

Pahamify adalah aplikasi belajar *online* yang didirikan PT. Pahami Cipta Edukasi oleh Syarif Rosuyan Fikri sebagai *Chief Executive Officer* dan teman belajar Pahamifren, Mohammad Ikhsan Ph.D. sebagai *Chief Product Officer*, dan Edria Albert sebagai *Chief Technology Officer* (Youtube, 2022). Pahamify lahir pada tahun 2019 sebagai perusahaan teknologi pendidikan karena masalah pendidikan di Indonesia masih berjalan lambat. Pahamify memiliki ratusan video pembelajaran, ringkasan pelajaran, dan kuis untuk latihan soal (Pahamify, 2021). Konsep pembelajaran aplikasi Pahamify disebut sebagai PAHAMI framework, kepanjangan dari:

1. Petakan target belajar,
2. Alami secara langsung,

3. Hubungkan dengan kehidupan sehari-hari,
4. Aplikasikan kepada teman,
5. Monitoring proses belajar sendiri,
6. Iterasi yaitu mengulangi siklus PAHAMI (Pahamify, 2021).

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, **Formulasi Masalah** pada penelitian ini adalah Apakah Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube Dapat Mempengaruhi Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube Dapat Mempengaruhi Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan.

Adapun **Tujuan Kegiatan** pada penelitian ini adalah membantu pelajar dalam meningkatkan motivasi belajar bahasa Inggris melalui video pembelajaran pahamify dalam youtube.

A. *Tinjauan Literatur*

Komunikasi Massa adalah sebuah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak dengan menggunakan media massa atau dapat juga komunikasi secara langsung seperti halnya pada acara seminar-seminar. Komunikasi massa berfungsi sebagai saluran informasi, hiburan, persuasi, transisi budaya, sosial, dan pengawasan. Efek dari komunikasi massa dapat diketahui melalui tanggapan khalayak yang disebut sebagai *feedback* (Communication Theory, 2016).

Uses and Gratification Theory menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan media sebagai kebutuhan karena rasa puas yang terpenuhi (Communication Theory, 2016). *Uses and Gratification Theory* menjelaskan lima kebutuhan seseorang dalam mengonsumsi media:

1. Kebutuhan Kognitif
2. Kebutuhan Afektif
3. Kebutuhan Integrasi Pribadi
4. Kebutuhan Integrasi Sosial
5. Kebutuhan Hilangkan Stress

Namun, adanya keterbatasan penelitian ini yang hanya membahas kebutuhan kognitif dan kebutuhan afektif. Pada aspek kognitif, *Uses and Gratification Theory* menjelaskan bahwa seseorang menggunakan media sebagai sumber pengetahuan, informasi, fakta, dan sebagainya. Sedangkan pada aspek afektif, mencakup semua jenis emosi, kesenangan, dan suasana hati. Disisi lain, kebutuhan itu sendiri bersifat spesifik dan subjektif bagi seseorang (Communication Theory, 2016). Lebih dari itu, terdapat kritik bahwa *Uses and Gratification Theory* adalah studi yang lebih berorientasi pada audiens dalam proses komunikasi massa, fokus pada selektivitas individu pada konten media, tidak dapat digunakan untuk menganalisis kekuatan media, dan hasil penelitian bersifat subjektif daripada objektif (Communication Theory, 2016).

Media Baru adalah alat yang digunakan untuk menjelaskan informasi secara digital dengan menggunakan teknologi komputer. Sederhananya, media baru adalah

informasi yang tersedia di internet (Dewi & Carniasih, 2018). Media Baru dapat diakses melalui perangkat digital dan memfasilitasi masyarakat untuk berinteraksi secara *real-time* dengan fitur-fitur didalamnya seperti *comment*, *sharing*, atau *personal message*. *Youtube* adalah salah satu media baru milik *Google*, yang diciptakan tahun 2005 bulan Februari oleh tiga mantan karyawan *Paypal* bernama Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim sebagai situs website untuk mencari, melihat, dan berbagi video (Azizah, 2015). Hingga saat ini, *Youtube* membawa pengaruh besar di kehidupan masyarakat dibidang *video production* seperti *short movie*, dokumenter, podcast, berita, musik video, video blog, video analisis, video permainan, dan masih banyak lagi (Tjanatjantia, 2013).

Video pembelajaran adalah alat untuk mentransfer pengetahuan dengan sifat interaktif, spesifik, dan cepat menyampaikan informasi (Febriana, 2018). Visual dari video pembelajaran dapat berguna untuk meningkatkan motivasi belajar karena menampilkan ilustrasi dan gambar yang dapat dilihat berulang kali (Cooper and Higgins, 2015). Video pembelajaran berguna untuk mengurangi proses kognitif yang tidak diperlukan oleh tujuan belajar, menyesuaikan proses kognitif dengan tingkat kesulitan belajar, dan memberi motivasi untuk memahami materi (Clark and Mayer, 2016). Selain itu, terdapat enam karakteristik video pembelajaran yang baik (Clark and Mayer, 2016), diantaranya:

1. Multimedia (teks, gambar, audio, dsb).
2. Modalitas (ada pembicara).
3. Kedekatan isi konten dengan audiens.
4. Redudansi Teks (tidak banyak teks).
5. Koherensi (banyak ilustrasi).
6. Personalisasi gaya bicara yang disesuaikan kepada pendengar.

Motivasi merupakan sesuatu yang dapat memberikan kekuatan dan mendorong perilaku siapa saja untuk mengerjakan apa saja (Schunk et al., 2014). Motivasi terbagi menjadi dua (Schunk et al., 2014):

1. *Intrinsic Motivation*, yang datang dari diri sendiri seperti:
 - Menikmati proses belajar;
 - Merasa diri individu berkembang;
 - Merasa mudah dalam belajar;
 - Terdapat hal yang ingin dicapai;
 - Proses belajar yang menarik;
 - Materi belajar yang dibutuhkan.
2. *Extrinsic Motivation*, yang datang dari luar individu seperti (Schunk et al., 2014):
 - Suasana belajar yang menyenangkan;
 - Ada sesuatu (hadiah) yang ingin didapatkan.

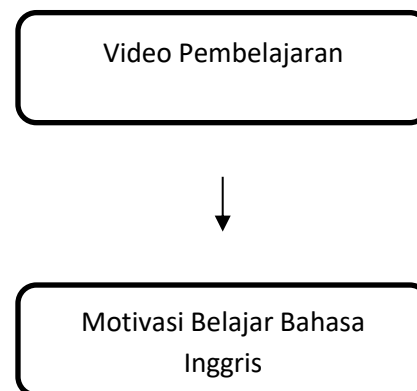
Bahasa Inggris adalah bahasa kedua di negara-negara multibahasa seperti India, Singapura, dan Filipina. Bahasa Inggris mengambil bagian penting dalam perkembangan komunikasi dan persaingan global (English Club, 2021). Lebih dari itu, Bahasa Inggris adalah kunci untuk memahami bisnis, politik, sosial, budaya negara, dan lain

sebagainya. Adapun keterampilan Bahasa Inggris yang terbagi menjadi dua:

1. Keterampilan makro:
 - Reading (passive skill)
 - Listening (passive skill)
 - Speaking (active skill)
 - Writing (active skill)
2. Keterampilan mikro:
 - Grammar
 - Vocabulary
 - Pronunciation

Penelitian sebelumnya, Gregorius Hapsara menemukan bahwa video pembelajaran mampu meningkatkan fokus belajar, rasa ingin tahu, dan motivasi belajar (Hapsara, 2016). Selain itu, Wael menemukan bahwa penggunaan *YouTube* mampu memberikan materi yang mudah pada pelajaran Bahasa Inggris, disukai oleh pelajar, dan mengatasi hambatan dalam memahami pelajaran Bahasa Inggris (Wael, 2016). Lebih dari itu, Dewi dan Carniasih menemukan bahwa *YouTube* dapat dimanfaatkan untuk mempelajari Bahasa Inggris sebagai perbaikan *grammar* karena video dapat disimpan dan diamati kembali sesuai kebutuhan (Dewi & Carniasih, 2018).

B. Kerangka Dasar Teori



Hipotesis

1. H0 : Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam *YouTube* tidak memiliki pengaruh signifikan Terhadap Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan.
2. H1 : Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam *YouTube* memiliki pengaruh signifikan Terhadap Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan.

II. METODOLOGI

Desain penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melibatkan teori, desain, hipotesis, menentukan subjek, pengumpulan data, memproses data, dan menganalisa data hingga menjadi sebuah kesimpulan (Syafnidawaty, 2020). Desain kuantitatif bertujuan untuk menemukan hubungan variabel independen dan variabel dependen. Desain

kuantitatif yang digunakan berjenis deskriptif karena pengukuran dilakukan hanya sekali (Syafnidawaty, 2020).

Populasi adalah pelajar SMA Nurusa'adah dengan jumlah 120 orang. Sampel ditentukan dengan rumus slovin dimana:

n : nilai sampel

N : populasi

e : nilai signifikansi

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dengan nilai signifikansi 5% didapat jumlah responden sebanyak 92 orang.

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*, artinya memberikan kebebasan yang sama kepada setiap populasi untuk dipilih sebagai sampel.

Pengembangan Instrumen pada variabel Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube terdapat delapan indikator dengan delapan alat ukur yang terdiri dari (Clark and Mayer, 2016):

1. Kesesuaian Materi dengan Tujuan Belajar → Materi pembelajaran pada video pembelajaran Pahamify dalam youtube sangat sesuai dengan bahan ajar.
2. Kebenaran Substansi → Materi pembelajaran pada video pembelajaran Pahamify dalam Youtube merangkum keseluruhan dari inti materi yang harus dipelajari.
3. Pemberian Motivasi → Video pembelajaran Pahamify dalam Youtube juga mengandung motivasi untuk mempelajari materi.
4. Sistematis atau Alur Logika Jelas → Video pembelajaran Pahamify dalam Youtube menguraikan materi belajar sistematis dan alur yang jelas.
5. Kemudahan Untuk Dipahami → Video pembelajaran Pahamify dalam Youtube menyajikan materi yang langsung dapat dipahami dengan mudah.
6. Kontekstual atau Kesesuaian Permasalahan → Video pembelajaran Pahamify dalam Youtube menyajikan materi dengan contoh yang sangat sesuai dengan permasalahan saat ini.
7. Kesesuaian dengan kebutuhan → Video pembelajaran Pahamify dalam Youtube bisa digunakan untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris dan juga untuk menghadapi ujian.
8. Kejelasan Informasi → Video pembelajaran

Pahamify dalam Youtube menyajikan informasi materi dengan sangat jelas.

Pada variabel Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan terdapat delapan indikator dengan delapan alat ukur yang terdiri dari (Schunk et al., 2014):

1. Konsentrasi → Saya selalu memiliki konsentrasi yang sangat baik saat belajar melalui video pembelajaran Pahamify dalam Youtube.
2. Rasa Ingin Tahu → Saya selalu mengulang-ulang video pembelajaran Pahamify dalam Youtube karena ingin mengetahui dan menguasai materi pembelajarannya.
3. Semangat → Saya selalu bersemangat saat mempelajari materi pada video pembelajaran Pahamify dalam Youtube.
4. Kemandirian → Saya selalu mempelajari materi pada video pembelajaran Pahamify dalam Youtube secara mandiri tanpa paksaan dari pihak lain.
5. Kesiapan → Saya selalu siap dan dapat mengerjakan tugas sekolah dengan mengacu pada video pembelajaran Pahamify dalam Youtube.
6. Antusias → Saya selalu antusias mempelajari pembelajaran Pahamify dalam Youtube untuk mendapatkan nilai terbaik pada saat menghadapi ujian.
7. Pantang Menyerah → Saya selalu mempelajari materi pembelajaran Pahamify dalam Youtube meskipun masih banyak hal yang saya tidak mengerti dan kuasai.
8. Percaya Diri → Saya semakin percaya diri dalam menulis dan berbicara bahasa Inggris setelah mempelajari materi pembelajaran Pahamify dalam Youtube.

Data yang sudah diperoleh melewati uji validitas dan reliabilitas. Teknik Analisis Data menggunakan uji regresi linier sederhana pada aplikasi SPSS versi 25 untuk meraih hasil penelitian.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Studi dilakukan dengan menggunakan survei *online* sebagai salah satu metode survei yang cukup populer, biaya yang minim, dan menyesuaikan dengan surat edaran pimpinan DPRD DKI Jakarta nomor 33 tahun 2021 tentang pencegahan penyebaran COVID-19. Penelitian dilakukan secara *online* demi menghindari penyebaran virus yang sangat berbahaya bagi kesehatan peneliti maupun responden. Jenis survei adalah *cross-sectional* yang artinya pengukuran dan penafsiran pengaruh peranan video pembelajaran pahamify dalam youtube berjalan singkat. Pengukuran menggunakan skala Likert, yang mengandung lima pernyataan alternatif jawaban. Selanjutnya data melewati uji validitas untuk mengukur seberapa besar item-

item pernyataan mewakili variabel yang dianalisis. Untuk mengetahui tingkat validitas dari setiap pertanyaan dalam kuesioner, peneliti menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan aplikasi IBM SPSS versi 25. Pada variabel Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube (X), dengan alpha 5% dan jumlah sampel 92 orang diperoleh nilai r tabel ($dk = n-1 = 92-1 = 91$) sebesar 0,203. Dari hasil perhitungan, studi menemukan bahwa semua pertanyaan pada variabel X valid karena r hitung > r tabel. Dengan kata lain, semua elemen pernyataan yang terdapat dalam variabel X dianggap valid untuk mewakili variabel yang diukur.

TABEL 1. VARIABEL MOTIVASI BELAJAR

No.	R hitung	R Tabel	Keterangan
1.	0.585	0.203	Valid
2.	0.444	0.203	Valid
3.	0.413	0.203	Valid
4.	0.443	0.203	Valid
5.	0.590	0.203	Valid
6.	0.529	0.203	Valid
7.	0.619	0.203	Valid
8.	0.506	0.203	Valid

Pada Variabel Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan (Y) dengan alpha sebesar 5% dan jumlah responden sebanyak 92 orang diperoleh nilai tabel r ($dk = n-1 = 92-1 = 91$) sebesar 0,203. Setelah hasil perhitungan diketahui bahwa semua pernyataan dalam kuesioner variabel Y adalah valid karena r-hitung > r-tabel. Sehingga, semua item pertanyaan yang terdapat pada variabel Y dianggap valid untuk mewakili variabel yang diukur.

TABEL 2. VARIABEL MOTIVASI BELAJAR

No.	R hitung	R Tabel	Keterangan
1.	0.506	0.203	Valid
2.	0.499	0.203	Valid
3.	0.585	0.203	Valid
4.	0.335	0.203	Valid
5.	0.498	0.203	Valid

6.	0.547	0.203	Valid
7.	0.542	0.203	Valid
8.	0.622	0.203	Valid

Suatu instrumen penelitian akan memiliki reliabilitas yang memadai jika koefisien Cronbach Alpha lebih besar atau sama dengan 0,6. Untuk melihat hasil uji reliabilitas perlu dilihat pada tabel yang dirangkum berikut ini:

TABEL 3. KRITERIA MOTIVASI BELAJAR

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
X	0.609	0,6	Reliabel
Y	0.607	0,6	Reliabel

Nilai cronbach's alpha variabel X dan Y lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa konstruk pernyataan yang merupakan dimensi variabel X dan Y adalah reliabel. Sehingga kuesioner dapat digunakan sebagai alat ukur yang stabil bagi variabel Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube dan variabel Motivasi Belajar Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan.

A. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui seberapa besar Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube dalam meningkatkan Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan, penelitian menggunakan analisis statistik dengan uji Regresi Linier sederhana yang melibatkan variabel Peranan Youtube Pahamify Dalam Youtube (X) dan Motivasi belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan (Y). Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ yang artinya kemungkinan kesalahan yang ditolerir adalah 5%.

TABEL 4. REGRESI X DAN Y

Model	Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.074	3.055		6.898	.000
	VAR00001	.291	.098	.298	2.963	.004

a. Dependent Variable: VAR00002

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa variabel Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube mempunyai nilai signifikan t-hitung 0,004 dimana nilai tersebut kurang dari 0,05. Ini menandakan bahwa Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube (X) memberikan hubungan yang tidak signifikan dengan variabel Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan (Y), sehingga hipotesa H0 diterima dan H1 ditolak. Terdapat model regresi dari tabel diatas yaitu:

$Y = 21,074 + 0,291X$. Hasil tersebut dapat diinterpretasikan sebagai:

1. Konstanta a = 21,074 menyatakan bahwa nilai dari Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan adalah positif, dan
2. Konstanta regresi X : b = 0,291; ini berarti jika X naik satu satuan, maka Y naik 0,291, artinya jika Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube naik satu satuan maka Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan naik sebesar 0,291.

B. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah angka yang menunjukkan arah kuatnya hubungan antara dua variabel. Hubungan koefisien korelasi dapat dilihat dari tabel berikut:

TABEL 5. REGRESI X DAN Y

		VAR00001	VAR00002
VAR00001	Pearson Correlation	1	.298**
	Sig. (2-tailed)		.004
	N	92	92
VAR00002	Pearson Correlation	.298**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	
	N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa koefisien korelasi X terhadap Y sebesar 0,298 yang berada antara 0,20 dan 0,40 artinya Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube (X) memiliki hubungan positif namun lemah dengan Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan (Y).

TABEL 6. REGRESI X DAN Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.298 ^a	.089	.079	4.17153

a. Predictors: (Constant), VAR00001

Kontribusi Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube (X) Terhadap Motivasi Belajar Bahasa

Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan (Y) dinyatakan dengan koefisien determinasi yang disesuaikan R Square adalah 0,089 atau 8,9 %, sedangkan sisanya 81,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

C. Uji Hipotesis (Uji t)

Penelitian menggunakan uji parsial untuk mengetahui signifikansi pengaruh secara individual dari variabel Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube terhadap variabel Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan. Analisis ini memperlihatkan bahwa model yang tidak signifikan. Kemudian penelitian dilanjutkan dengan melakukan pengujian hipotesis setelah nilai koefisien regresi didapat dari masing-masing variabel di bawah ini:

TABEL 7. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	21.074	3.055		6.898	.000
	VAR00001	.291	.098	.298	2.963	.004

a. Dependent Variable: VAR00002

D. Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube terhadap Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan

Dari tabel diatas, peneliti melakukan pengujian statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan Hipotesis Nol
 - Ho: Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube tidak berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan.
 - Ha: Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube berpengaruh secara signifikan terhadap Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan.
2. Menentukan signifikansi tingkat signifikansi yang diambil untuk penelitian ini adalah 5%. Pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas dengan tingkat signifikan adalah H0 diterima karena: Probabilitas 0,004 < 0,05. Kesimpulannya adalah Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube tidak berpengaruh secara signifikan Terhadap Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan.

IV. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa Peranan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube tidak berpengaruh secara signifikan dalam meningkatkan Motivasi Belajar Bahasa Inggris Pelajar SMA Nurussa'adah Jakarta Selatan. Melalui wawancara deskriptif pelajar SMA Nurussa'adah perlu adanya dukungan dari guru bahasa Inggris untuk mendorong dan memonitoring perkembangan kemampuan bahasa Inggris mereka. Pengajar perlu membangun komunikasi untuk merasionalkan kemampuan pelajar yang tidak dapat memberikan umpan balik. Pengajar perlu memperhatikan kebutuhan pelajar dari masalah belajar dan memberi *feedback* positif kepada mereka agar termotivasi dalam mencapai tujuan belajar. Saran untuk lebih meningkatkan keterampilan Bahasa Inggris, sebaiknya membiasakan pelajaran bahasa Inggris pada kegiatan sehari-hari, memberi waktu tambahan untuk pelajar menggunakan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube sehingga bisa mencapai tujuan belajar, menyesuaikan kemasan Video Pembelajaran Pahamify Dalam Youtube yang mendekati keinginan pelajar, dan perlu diteliti lebih lanjut mengenai isi tentang video pembelajaran pahamify sehingga menjadi menarik untuk menjadi bahan belajar Bahasa Inggris.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abby, Schukei. (2021). What you need to understand about generation Z students. Retrived from <https://theartofeducation.edu/2020/12/14/what-you-need-to-understand-about-generation-z-students/>
- [2] Barnes, K., Marateo, R. C., & Ferris, S. P. (2011). Teaching and learning with the net generation. *Innovate: Journal of Online Education*, 3(4).
- [3] Carmen, Miranda. (2020). Teaching and Learning Generation Z re-thinking teaching and learning strategies. Retrived from <https://www.facultyfocus.com/articles/teaching-and-learning/generation-z-re-thinking-teaching-and-learning-strategies/>
- [4] Clark, R. C., and Mayer, R. E. (2016). *E-learning and the science of instruction: Proven guidelines for consumers and designers of multimedia learning*. John Wiley & sons.
- [5] Dewi, N. L. D. S., & Carniasih, N. P. S. E. (2018, December). Pengaruh Media Pembelajaran Berbasis Youtube dalam Pembelajaran Tata Bahasa Inggris. In *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora (SINTESA)* (Vol. 1, No. 1).
- [6] EF Education First. (2022). The world's largest ranking of countries and regions by English skills. Retrieved from <https://www.ef.com/wwen/epi/>
- [7] English club. (2021). What is English. Retrieved from <https://www.englishclub.com>
- [8] Hapsara, G. (2016). The use of video to motivate students to learn English.
- [9] Islamiyah, D. (2011). Peningkatan prestasi belajar siswa dalam memahami bacaan bahasa Inggris melalui strategi inkuiri di kelas IVa Minu Ngingas Waru Sidoarjo (doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- [10] Nindia. (2020). Kendala yang dihadapi guru mengajar daring pada masa pandemi covid-19 di MIN 5 Banda Aceh <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/primary/article/view/3582/2784>

- [11] Pahamify. (2021). Company milestone. Retrieved from <https://pahamify.com>
- [12] PPID DKI Jakarta. (2021). Instruksi gubernur DKI Jakarta nomor 33 tahun 2021. Retrieved from <https://ppid.jakarta.go.id/regulasi-covid19>
- [13] Schunk, D., Meece, J., & Pintrich, P. (2014). *Motivation in education theory, research and application* (4th ed.). Harlow: Pearson.
- [14] Syafnidawaty. (2020). Penelitian Kuantitatif. Retrived from <https://raharja.ac.id/2020/10/29/penelitian-kuantitatif/>
- [15] Uses and Gratification Theory. (2016). Retrived from <https://www.communicationtheory.org/uses-and-gratification-theory/>
- [16] Wael, A., A. (2016). The effective use of youtube videos for teaching english language in classrooms as supplementary material at taibah university.
- [17] Youtube. (2020). Metode Belajar Sampai Paham: PAHAMI Framework bersama Pahamify. Retrived from https://www.youtube.com/watch?v=HJPcmJVKoOk&t=4s&ab_channel=Pahamify.