

PENGARUH IMPLEMENTASI APLIKASI DUOLINGO UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN MEMBACA PADA MATERI IKLAN PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS PESERTA DIDIK KELAS VIII DI MTs DARUT TAQWA KOTA SEMARANG

Yasmine Nurmaulana Paramitha¹, Christian Arief Jaya²

Universitas Negeri Semarang

e-mail: yasminemaaulanaa@students.unnes.ac.id, tian@mail.unnes.ac.id

Diterima: 06/08/2026; Direvisi: 12/08/2026; Diterbitkan: 30/08/2026

ABSTRACT

Kemampuan membaca merupakan keterampilan penting dalam pembelajaran bahasa Inggris, khususnya dalam memahami teks iklan yang memiliki karakteristik ringkas, informatif, dan persuasif. Namun, peserta didik kelas VIII MTs Darut Taqwa Kota Semarang masih mengalami kesulitan dalam menemukan informasi penting, memahami kosakata, menentukan tujuan, dan menyimpulkan pesan teks iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi aplikasi Duolingo terhadap kemampuan membaca teks iklan peserta didik kelas VIII. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan *pre-experimental* jenis *One Group Pretest-Posttest Design*. Sampel penelitian berjumlah 25 peserta didik kelas VIII A yang dipilih menggunakan teknik *cluster random sampling*. Data dikumpulkan melalui tes pilihan ganda dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji *Shapiro-Wilk*, *paired sample t-test*, dan *N-Gain*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata *pre-test* sebesar 43,44 meningkat menjadi 66,72 pada *post-test*, dengan kenaikan sebesar 23,28 poin. Uji *paired sample t-test* memperoleh signifikansi $<0,001$ ($p<0,05$), sedangkan nilai *N-Gain* sebesar 50,00% berada pada kategori sedang. Dengan demikian, implementasi Duolingo berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kemampuan membaca teks iklan dan dapat digunakan sebagai alternatif media pembelajaran bahasa Inggris yang interaktif.

Keywords: Duolingo; kemampuan membaca; teks iklan; *mobile-assisted language learning*; eksperimen semu

ABSTRACT

Reading comprehension is an important skill in English language learning, particularly in understanding advertisement texts, which are characterized by concise, informative, and persuasive content. However, eighth-grade students at MTs Darut Taqwa Semarang still experience difficulties in identifying important information, understanding vocabulary, determining the purpose, and drawing conclusions from advertisement texts. This study aimed to determine the effect of implementing the Duolingo application on students' reading comprehension of advertisement texts. The study employed a quantitative approach using a pre-experimental method with a One Group Pretest-Posttest Design. The sample consisted of 25 eighth-grade students from class VIII A, selected through cluster random sampling. Data were collected using a multiple-choice reading comprehension test and analyzed through descriptive statistics, the Shapiro-Wilk normality test, a paired sample t-test, and N-Gain analysis. The results showed that the mean score increased from 43.44 in the pre-test to 66.72 in the post-test, representing an increase of 23.28 points. The paired sample t-test produced a significance value of <0.001 ($p<0.05$), while the N-Gain score was 50.00%, categorized as moderate. Therefore, the implementation of Duolingo significantly improved students' reading comprehension of advertisement texts and can serve as an interactive alternative medium for English language learning.

Kata kunci: Duolingo; reading comprehension; advertisement text; mobile-assisted language learning; quasi-experimental

Copyright (c) 2026 EDUTECH : Jurnal Inovasi Pendidikan Berbantuan Teknologi

 <https://doi.org/10.51878/edutech.v6i3.14958>

PENDAHULUAN

Bahasa Inggris memiliki peran penting dalam pendidikan karena menjadi salah satu bahasa yang digunakan untuk mengakses informasi, ilmu pengetahuan, teknologi, dan komunikasi global (Noer & Nova, 2024). Kemampuan membaca merupakan salah satu keterampilan yang sangat penting untuk dikuasai oleh peserta didik dalam pembelajaran bahasa Inggris di jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) maupun Madrasah Tsanawiyah (MTs). Melalui aktivitas membaca, peserta didik memperoleh berbagai informasi, memahami makna yang disampaikan dalam teks, memperkaya kosakata, serta memahami konteks kebahasaan. Membaca tidak sekadar mengenali kata, tetapi juga melibatkan proses memahami, menafsirkan, serta menghubungkan isi bacaan dengan pengetahuan atau pengalaman yang telah dimiliki pembaca sebelumnya (Hidayati et al., 2025).

Salah satu materi membaca yang diajarkan dalam pembelajaran bahasa Inggris kelas VIII adalah teks iklan atau *advertisement*. Teks iklan memiliki karakteristik ringkas, persuasif, informatif, dan sering memuat kosakata yang padat makna. Peserta didik tidak cukup hanya menerjemahkan kata per kata, tetapi juga perlu memahami tujuan iklan, produk atau jasa yang ditawarkan, informasi penting, pesan persuasif, dan makna kosakata yang digunakan. Iklan adalah metode penyampaian pesan yang bersifat impersonal, diaplikasikan untuk memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan khalayak terhadap suatu produk, jasa, atau gagasan (Hidayati et al., 2025). Dengan demikian, keterampilan membaca terhadap materi iklan menuntut pemahaman yang komprehensif dan multidimensional: peserta didik harus mampu menginterpretasikan tujuan persuasif iklan, mengidentifikasi nilai jual yang ditonjolkan, memahami teknik persuasi yang digunakan, serta menghubungkan informasi dalam teks dengan konteks kehidupan sehari-hari. Proses belajar membaca teks iklan dengan demikian menjadi sarana efektif untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan literasi media di kalangan peserta didik SMP/MTs (Huang et al., 2020).

Hasil observasi di kelas VIII MTs Darut Taqwa Kota Semarang menunjukkan bahwa peserta didik masih mengalami kesulitan memahami teks iklan berbahasa Inggris, khususnya dalam menemukan informasi penting, memahami kosakata, menentukan tujuan teks, dan menyimpulkan pesan iklan. Kondisi ini diperparah oleh dominasi metode konvensional ceramah, penjelasan buku paket atau LKS, dan pemberian tugas tertulis yang membuat peserta didik pasif, kurang termotivasi, dan tidak memperoleh kesempatan berlatih membaca secara berulang dalam konteks yang menarik (Iswanto et al., 2026).

Kemajuan teknologi digital memberi guru lebih banyak pilihan sumber daya pembelajaran interaktif, salah satunya aplikasi Duolingo. Duolingo termasuk *mobile-assisted language learning* (MALL) karena peserta didik dapat mengakses latihan bahasa melalui perangkat digital, mencakup latihan kosakata, membaca, menerjemahkan, mendengarkan, dan menjawab soal secara bertahap (Nabzifa & Fediyanto, 2026). Unsur *gamification points, level, streak*, dan *badges* menjadi daya tarik utama Duolingo dalam mendorong keterlibatan pengguna, sehingga berpotensi mendukung pelajar berlatih membaca bahasa Inggris secara lebih teratur dan menyenangkan (Shortt et al., 2023). Tinjauan sistematis terhadap dua puluh artikel penelitian oleh Fitriani (2024) menegaskan bahwa Duolingo secara khusus efektif membangun kosakata dasar serta mendukung pemahaman membaca (*reading comprehension*) pada tingkat pemula melalui fitur yang bersifat repetitif dan *gamified*, meskipun keterbatasannya pada interaksi komunikatif *real-time* membatasi pengembangan keterampilan berbahasa tingkat lanjut.

Sejumlah penelitian terbaru mengonfirmasi kontribusi positif Duolingo terhadap pembelajaran bahasa Inggris di sekolah. Vidayanti (2025) mengindikasikan bahwa pemanfaatan Duolingo secara substansial memperkaya kosakata peserta didik SMP melalui fitur yang menarik, repetitif, dan gamifikatif, yang tidak hanya memperkuat ingatan kosakata tetapi juga mendukung pemahaman kontekstual. Sheli Astika dkk. (2025) menunjukkan bahwa peserta didik kelas empat Sekolah Dasar Kanisius di Wonogiri menjadi lebih aktif terlibat dalam pembelajaran bahasa Inggris melalui pendekatan *blended learning* berbasis Duolingo, yang mengubah sikap pasif menjadi partisipasi aktif tampak dari peningkatan keterlibatan diskusi, keberanian berbicara, antusiasme, dan kepercayaan diri. Putri Asmarani Dewi (2025) melaporkan peningkatan capaian belajar yang substansial, dengan rata-rata nilai peserta didik naik dari 56,64 (*pre-test*) menjadi 80,16 (*post-test*), atau meningkat 23,52 poin, terutama pada aspek *vocabulary*.

Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian lain yang secara konsisten melaporkan hasil serupa pada jenjang SMP. Nursyamsiah (2021), melalui penelitian tindakan kelas pada siswa kelas VII SMP Negeri 3 Agrabinta Cianjur, membuktikan bahwa penerapan media Duolingo dengan metode *drill* meningkatkan penguasaan kosakata sekaligus kemampuan membaca siswa, dengan ketuntasan pada aspek pemaknaan kata naik dari 55% pada siklus I menjadi 91% pada siklus II. Bong dan Firmansyah (2023), menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada siswa SMP di Kota Batam, menemukan bahwa penerimaan dan penggunaan Duolingo memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kemampuan dan hasil belajar bahasa Inggris siswa. Sementara itu, tinjauan literatur oleh Salsabila dkk. (2024) terhadap sejumlah studi mengenai Duolingo menyimpulkan bahwa aplikasi tersebut secara konsisten memberikan dampak positif terhadap motivasi belajar bahasa Inggris peserta didik pada berbagai jenjang pendidikan.

Berdasarkan uraian di atas, seluruh penelitian yang telah disebutkan secara meyakinkan menunjukkan kontribusi positif Duolingo terhadap penguasaan kosakata, motivasi belajar, keaktifan, penerimaan teknologi, dan hasil belajar bahasa Inggris secara umum. Namun demikian, seluruh penelitian tersebut berhenti pada capaian yang bersifat umum atau berfokus pada keterampilan kosakata, motivasi, dan keterlibatan belum satu pun yang secara spesifik mengkaji pengaruh Duolingo terhadap kemampuan membaca pemahaman (*reading comprehension*) peserta didik pada materi teks iklan berbahasa Inggris, sebuah jenis teks yang menuntut pemahaman tujuan persuasif, nilai jual, dan makna kontekstual secara terpadu bukan sekadar pengenalan kosakata. Kekosongan ini menjadi krusial mengingat karakteristik teks iklan yang padat makna dan persuasif memerlukan strategi pembelajaran membaca yang berbeda dari teks naratif atau deskriptif yang lazim diteliti dalam literatur Duolingo sebelumnya. Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan Duolingo secara spesifik pada konteks pembelajaran membaca teks iklan di jenjang MTs, sebuah irisan topik yang belum tersentuh oleh penelitian-penelitian terdahulu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan aplikasi Duolingo dapat membantu peserta didik kelas VIII MTs Darut Taqwa Semarang meningkatkan kemampuan membaca mereka saat mempelajari materi iklan berbahasa Inggris.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini diterapkan dengan metode kuantitatif, memanfaatkan rancangan pre-eksperimental sebagai tipe studi yang diadopsi untuk menguji suatu perlakuan (*treatment*) terhadap variabel dependen, namun memiliki kontrol yang sangat terbatas terhadap variabel –

variabel lain (Sugiyono, 2020). Karena informasi yang dikumpulkan mencakup skor hasil belajar yang dapat dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi perbedaan dalam kemahiran membaca sebelum dan sesudah intervensi diterapkan, maka digunakanlah metode kuantitatif. Satu kelompok subjek mengikuti rancangan Pretest-Posttest Satu Kelompok. Kelompok tersebut mengikuti pretest, intervensi, dan posttest. Dampak intervensi aplikasi Duolingo kemudian dievaluasi dengan membandingkan skor pretest dan posttest.

Tabel 1. Desain Penelitian

Pre-test	Perlakuan	Post-test
O1	X, pembelajaran menggunakan aplikasi Duolingo	O2

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juli 2026, selama semester genap tahun ajaran 2025–2026, di MTs Darut Taqwa Semarang. Seluruh kelas VIII di MTs Darut Taqwa Semarang menjadi populasi penelitian yang terdiri atas dua kelas paralel, yaitu VIII A, dan VIII B. Metode yang digunakan adalah pengambilan sampel acak berkluster (*cluster random sampling*) dengan kelas sebagai unit kluster. Prosedur pemilihan sampel dilakukan dengan cara satu kelas dipilih menggunakan pengundian secara acak oleh guru mata pelajaran bahasa inggris untuk mewakili sampel penelitian dari seluruh populasi peserta didik kelas VIII. Berdasarkan hasil pengundian kelas VIII A terpilih sebagai sampel penelitian. Dua puluh lima peserta didik dari kelas VIII A dipilih sebagai sampel penelitian untuk mengikuti pembelajaran bahasa Inggris dengan tema iklan menggunakan aplikasi Duolingo.

Variabel independen dalam studi ini adalah implementasi aplikasi Duolingo, sedangkan variabel dependennya adalah kemampuan membaca peserta didik pada materi iklan pembelajaran bahasa Inggris. Implementasi Duolingo dalam penelitian ini dipahami sebagai penggunaan aplikasi pembelajaran bahasa berbasis digital untuk mendukung latihan membaca, kosakata, penerjemahan, dan pemahaman teks. Fitur yang digunakan meliputi *reading exercise*, *vocabulary exercise*, *translation exercise*, *listening exercise*, dan unsur *gamification*. Kemampuan membaca diukur melalui kemampuan memahami isi teks iklan, menemukan informasi penting, memahami kosakata, mengidentifikasi tujuan iklan, menyimpulkan isi iklan, dan menjawab pertanyaan berdasarkan teks (Assyruza et al., 2024).

Ujian kemahiran membaca dengan format pilihan ganda digunakan untuk mengumpulkan data. Kelas VIII A mengikuti tes awal dan tes akhir sebagai bagian dari ujian. Tes pertama terdiri dari dua puluh soal. Empat soal tidak memenuhi kriteria validitas, sedangkan enam belas soal dinyatakan valid setelah melalui uji validitas menggunakan SPSS. Setelah melalui uji reliabilitas, keenam belas soal yang valid tersebut dinyatakan cukup andal untuk digunakan dalam tes awal dan tes akhir.

SPSS digunakan untuk menganalisis data. Prosedur analisis yang dilakukan antara lain statistik deskriptif, uji normalitas, uji-t sampel berpasangan, dan perhitungan N-Gain. Nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan simpangan baku ditampilkan menggunakan statistik deskriptif. Karena setiap kelompok terdiri dari 25 peserta didik, uji Shapiro-Wilk yang memiliki daya statistik lebih besar daripada uji Kolmogorov-Smirnov dan lebih sesuai untuk sampel kecil digunakan untuk menentukan normalitas (Sugiyono, 2020). Perbedaan antara skor pra-tes dan pasca-tes dalam kelompok perlakuan diukur menggunakan uji-t sampel berpasangan, dan besaran peningkatan skor dalam kaitannya dengan peningkatan terbesar yang dapat dicapai peserta didik dievaluasi menggunakan N-Gain. (Sudiran et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Statistik Deskriptif Kemampuan Membaca

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran awal mengenai kemampuan membaca peserta didik sebelum dan sesudah diberikan perlakuan berupa pembelajaran menggunakan aplikasi Duolingo. Data yang dianalisis terdiri atas nilai *pre-test* dan *post-test* dari masing-masing kelas. Hasil statistik deskriptif ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Nilai Pre-test dan Post-test

Data	N	Rentang	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Hasil Pre-test	25	90	6	96	43,44	29,561
Hasil Post-test	25	66	30	96	66,72	19,999

Tabel 2 mengindikasikan rerata nilai *pre-test* 43,44 dengan *standard deviation* 29,561, sedangkan rata-rata *post-test* meningkat menjadi 66,72 dengan *standard deviation* 19,999. Dengan demikian, terdapat kenaikan rata-rata sebesar 23,28 poin pada kelas VIII A setelah pembelajaran menggunakan aplikasi Duolingo. Peningkatan ini menunjukkan bahwa peserta didik mengalami perkembangan kemampuan membaca setelah mendapatkan kesempatan belajar melalui latihan yang lebih interaktif, terutama latihan kosakata, pemahaman kalimat, dan penerjemahan yang tersedia dalam aplikasi (Iswanto et al., 2026).

Uji Normalitas dan Homogenitas

Uji normalitas dilaksanakan untuk memastikan bahwa kumpulan data mematuhi prasyarat dasar analisis parametrik. Karena jumlah peserta didik pada setiap kelompok adalah 25, interpretasi lebih difokuskan pada *Shapiro-Wilk*. Hasil uji normalitas ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Data	Kolmogorov-Smirnov Sig.	Shapiro-Wilk Sig.	Interpretasi
Hasil Pre-test	0,122	0,050	Normal berdasarkan Shapiro-Wilk
Hasil Post-test	0,200	0,240	Normal berdasarkan Shapiro-Wilk

Berdasarkan Tabel 3, seluruh nilai signifikansi *Shapiro-Wilk* berada pada taraf 0,050 atau lebih besar dari 0,05. Hasil Pre-test memperoleh nilai signifikansi 0,050, dan hasil *post-test* 0,240. Dengan demikian, data dapat diperlakukan memenuhi asumsi normalitas berdasarkan *Shapiro-Wilk*. Pada *Kolmogorov-Smirnov*, Akan tetapi, karena jumlah sampel hanya 25 peserta didik, *Shapiro-Wilk* lebih diprioritaskan dalam interpretasi. *Shapiro-Wilk* memiliki kekuatan uji yang baik dalam mendeteksi normalitas, terutama pada ukuran sampel kecil. Berdasarkan pertimbangan tersebut, analisis dilanjutkan menggunakan uji parametrik (Wara et al., 2025).

Uji Paired Sample t-test

Setelah data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, dilakukan *paired sample t-test* untuk menentukan perbedaan dalam kemampuan membaca peserta didik sebelum dan sesudah pembelajaran pada masing-masing kelas. Hasil uji ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Paired Sample t-test

Mean Pre-test	Mean Post-test	Kenaikan Mean	t	df	Sig. (2-tailed)
43,44	66,72	23,28	9,474	24	<0,001

Tabel 4 menunjukkan bahwa peserta didik mengalami peningkatan rata-rata sebesar 23,28 poin dari *pre-test* ke *post-test*. Nilai signifikansi *paired sample t-test* sebesar $<0,001$, lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, terdapat perbedaan yang signifikan antara kemampuan membaca peserta didik sebelum dan sesudah pembelajaran menggunakan aplikasi Duolingo. Temuan ini menunjukkan bahwa implementasi Duolingo dapat membantu meningkatkan kemampuan membaca peserta didik pada materi iklan di dalam kelas eksperimen (Salsa Dwi Puspita et al., 2025)

Analisis N-Gain

Analisis *N-Gain* digunakan untuk melihat efektivitas peningkatan skor dengan mempertimbangkan skor awal dan skor maksimum yang mungkin dicapai. Hasil *N-Gain* ditampilkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil N-Gain Kemampuan Membaca

Mean N-Gain (%)	Minimum	Maksimum	Std. Deviation	Kategori Gain
50,00	27	100	19,211	Sedang

Tabel 5 menunjukkan bahwa rata-rata *N-Gain* sebesar 50,00%. Jika menggunakan kategori gain, nilai 0,50 berada pada kategori sedang. Hasil *N-Gain* memperkuat temuan deskriptif bahwa kelas sampel memperoleh peningkatan yang lebih besar. Dengan demikian, *N-Gain* memberikan sudut pandang tambahan bahwa Duolingo berpotensi meningkatkan kemampuan membaca, meskipun tingkat efektivitasnya masih perlu diperkuat melalui durasi penggunaan yang lebih panjang, integrasi materi yang lebih sistematis, dan pendampingan guru yang konsisten.

Pembahasan Umum

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan program Duolingo oleh kelas sampel telah meningkatkan kemampuan membaca para peserta didik secara signifikan. Nilai rata-rata pra-tes untuk kelas sampel adalah 43,44; sedangkan pada pasca-tes, nilainya menjadi 66,72, dengan kenaikan rata-rata sebesar 23,28 poin. Terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara kemampuan membaca sebelum dan sesudah menggunakan Duolingo, berdasarkan uji-t sampel berpasangan yang menghasilkan nilai t sebesar 9,474 dengan tingkat signifikansi $<0,001$ ($p < 0,05$). Selain itu, studi peningkatan *N* menunjukkan peningkatan rata-rata sedang sebesar 50,00%. Hasil ini menunjukkan bahwa Duolingo berfungsi dengan baik sebagai alat pembelajaran mutakhir untuk meningkatkan pemahaman bacaan terhadap iklan berbahasa Inggris.

Peningkatan signifikasi ini tidak lepas dari berbagai fitur unggulan Duolingo yang mendukung proses akuisisi bahasa secara efektif (Jiang et al., 2024). Dalam penelitian ini, perlakuan penggunaan Duolingo dilakukan selama pembelajaran bahasa Inggris khususnya pada materi iklan di kelas VIII A. Pada setiap pertemuan, peserta didik terlebih dahulu mengikuti pembelajaran konvensional mengenai pengertian, struktur, dan ciri-ciri teks iklan. Selanjutnya, mereka melanjutkan dengan aplikasi Duolingo selama 20-25 menit secara terbimbing.

Pertama, latihan berbasis pengulangan dan *bite-sized learning* memungkinkan peserta didik berlatih secara singkat namun intensif. Materi disajikan sesuai level kemampuan peserta didik yang telah ditentukan oleh sistem adaptif Duolingo. Dalam konteks materi iklan peserta didik berlatih kosakata dan kalimat pendek seperti *discount*, *limited offer*, *special price*, *exclusive*, serta kalimat persuasif lainnya (Munibi, 2023). Latihan berulang ini sangat

membantu peserta didik untuk berulang kali mengenali pola kata dan struktur kalimat tanpa merasa jenuh (Indrasari et al., 2024).

Kedua, immediate feedback dan adaptive learning menjadi kekuatan utama aplikasi Duolingo. Setiap jawaban peserta didik langsung diberi koreksi dan penjelasan, sehingga kesalahan dapat diperbaiki secara cepat. Hal ini sangat mendukung pengembangan kemampuan membaca, terutama dalam latihan membaca (*reading exercise*), latihan kosakata (*vocabulary exercise*), dan latihan menerjemahkan setiap kalimat (*translation exercise*). Melalui aktivitas tersebut, peserta didik semakin terlatih dalam mengenali kosakata khas iklan, memahami makna kalimat secara kontekstual, serta menemukan informasi penting dalam teks pendek. Dengan adanya mekanisme umpan balik instan ini memperkuat pemrosesan makna dan membangun kepercayaan diri peserta didik dalam membaca teks bahasa inggris (Nurjanah & Fiftinova, 2026).

Ketiga, aplikasi Duolingo menyediakan fitur paparan bahasa yang kaya dan interaktif melalui berbagai jenis latihan yang berbasis permainan. Sistem *poin*, *streak*, dan *leaderboard* mendorong motivasi intrinsik serta konsistensi belajar peserta didik. Dalam konteks materi iklan, fitur-fitur ini memfasilitasi peserta didik untuk lebih sering berinteraksi dengan teks autentik, sehingga meningkatkan kelancaran membaca (*reading fluency*) dan pemahaman inferensial (Hardiyanto et al., 2023).

Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan prinsip bahwa kemampuan membaca berkembang melalui penguasaan kosakata, pemrosesan sintaksis dan interaksi yang intensif dengan teks (Munibi, 2023). Aplikasi Duolingo berhasil menciptakan lingkungan belajar yang lebih engaging dibandingkan pembelajaran konvensional, sehingga peserta didik lebih terbiasa membaca kalimat bahasa inggris dalam konteks nyata seperti iklan (Walyono et al., 2025). Meskipun N-Gain berada pada kategori sedang (50%), hasil ini tetap menunjukkan potensi besar Duolingo. Pencapaian tersebut dapat ditingkatkan melalui durasi penggunaan yang lebih panjang dan dengan integrasi yang lebih sistematis dengan materi pelajaran, serta pendampingan guru yang aktif. Guru dapat memadukan aplikasi dengan kegiatan lanjutan seperti diskusi kelompok tentang isi iklan, analisis bahasa persuasif, atau tugas membuat iklan sederhana.

Secara keseluruhan, implementasi Duolingo pada kelas VIII A tidak hanya menghasilkan peningkatan kemampuan membaca yang signifikan, tetapi juga menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan dan efektif. Fitur-fitur interaktif, adaptif, dan berbasis umpan balik yang dimiliki Duolingo menjadikannya salah satu alternatif media pembelajaran yang sangat relevan untuk meningkatkan literasi bahasa inggris di era digital.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi Duolingo membantu peserta didik kelas delapan menjadi pembaca iklan yang lebih mahir. Nilai rata-rata pra-uji sebesar 43,44 meningkat menjadi 66,72 pada pasca-uji naik sebesar 23,28 poin setelah intervensi, yang menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Analisis N-Gain menghasilkan nilai rata-rata sebesar 50,00%, yang termasuk dalam rentang sedang, dan uji-t sampel berpasangan menunjukkan nilai signifikansi $<0,001$ ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa fitur-fitur utama Duolingo seperti pembelajaran dalam porsi kecil, latihan berulang (membaca, kosakata, dan terjemahan), umpan balik instan, serta elemen gamifikasi berhasil menciptakan pengalaman belajar yang menarik, menghibur, dan

memotivasi, sehingga menghasilkan peningkatan yang lebih besar dibandingkan dengan metode pembelajaran tradisional.

Temuan penelitian ini menyoroti betapa pentingnya memanfaatkan teknologi digital dalam pembelajaran bahasa Inggris di sekolah menengah pertama dan MTs guna meningkatkan kefasihan membaca, penguasaan kosakata, serta kemampuan berpikir kritis para peserta didik. Untuk memaksimalkan hasil belajar, para pendidik oleh karena itu didorong untuk mengintegrasikan aplikasi Duolingo dengan metode pengajaran yang lebih terstruktur, penggunaan secara rutin, serta kegiatan yang memotivasi seperti debat dan refleksi diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Assyuzza, M. F., Anwar, M., & Yarmi, G. (2024). Language teaching materials for writing advertising texts. *Journal La Sociale*, 5(1), 150–155. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v5i1.1001>
- Bong, V., & Firmansyah, M. D. (2023). Analisa Duolingo terhadap prestasi bahasa Inggris siswa SMP Batam dengan metode TAM. *Jurnal Informasi dan Teknologi*, 5(3), 122–130. <https://doi.org/10.60083/jidt.v5i3.407>
- Fitriani. (2024). Duolingo in English education: Evidence-based perspectives on learning outcomes. *Curricula: Journal of Curriculum Development*, 3(2), 333–346. <https://doi.org/10.17509/curricula.v3i2.75706>
- Hardiyanto, M. R. P., Pahlevi, G., & Nugroho, M. F. (2023). Pengaruh fitur-fitur aplikasi Duolingo terhadap popularitasnya. *Jurnal Sains, Nalar, dan Aplikasi Teknologi Informasi*, 3(1), 23–28. <https://doi.org/10.20885/snati.v3i1.28>
- Hidayati, C. L., Diem, C. D., Purnomo, M. E., & Izzah, I. (2025). Examining English reading comprehension skills among junior high school students: The influence of school values and gender. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 17(2), 3561–3570. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v17i2.6553>
- Huang, H. W., Li, Z., & Taylor, L. (2020). The effectiveness of using Grammarly to improve students' writing skills. *ACM International Conference Proceeding Series*, 4(02), 122–127. <https://doi.org/10.1145/3402569.3402594>
- Indrasari, H. A., Prasetyo, Y., & Putranto, H. R. (2024). The unlocking language proficiency: Exploring Duolingo's impact on vocabulary learning. *Journal of English Teaching, Literature, and Applied Linguistics*, 8(1), 75. <https://doi.org/10.30587/jetlal.v8i1.6811>
- Iswanto, A. R., Sabat, Y., & Wafiroh, L. H. (2026). Enhancing EFL reading comprehension and motivation through interactive gamified learning in Indonesia. *Jurnal Inspirasi Pendidikan*, 16(1), 33–44. <https://doi.org/10.21067/jip.v16i1.13662>
- Jiang, X., Peters, R., Plonsky, L., & Pajak, B. (2024). The effectiveness of Duolingo English courses in developing reading and listening proficiency. *CALICO Journal*, 41(3), 249–272. <https://doi.org/10.1558/cj.26704>
- Munibi, A. Z. (2023). Pengaruh penguasaan kosakata dan tata bahasa terhadap kemampuan membaca bahasa Inggris. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(1), 691–698. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i1.4732>
- Nabzifa, N., & Fediyanto, N. (2026). Duolingo-based vocabulary gains in junior high EFL learners. *Academia Open*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.21070/acopen.11.2026.11851>
- Noer, A. D., & Nova, E. H. (2024). Analisis kemampuan membaca pada siswa kelas 4 SD. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(2), 249–258.

- <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/28676>
- Nursyamsiah, E. (2021). Penggunaan media aplikasi Duolingo dalam meningkatkan penguasaan kosakata bahasa Inggris siswa kelas VII SMP Negeri 3 Agrabinta Cianjur. *Jurnal Paedagogy*, 8(1), 67–77. <https://doi.org/10.33394/jp.v8i1.3251>
- Nurjanah, N. F., & Fiftinova, F. (2026). Using Duolingo for learning vocabulary: Perspectives of English Education Study Program students of Sriwijaya University. *Jelita*, 7(1), 68–87. <https://doi.org/10.56185/jelita.v7i1.1189>
- Puspita, S. D., Amanda, S. L., Swara, V. N., & Shaffa, Z. A. (2025). Pemanfaatan aplikasi Duolingo dalam meningkatkan penguasaan kosakata bahasa Inggris. *Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 3(2), 168–178. <https://doi.org/10.55606/lencana.v3i2.5030>
- Salsabila, T., Nafilah, N., Patangga, F., Zulfa, S., & Listyaningsih, N. (2024). Literature review: Efektivitas penggunaan aplikasi Duolingo terhadap motivasi belajar bahasa Inggris. *Jurnal EMPATI*, 13(4), 302–312. <https://doi.org/10.14710/empati.2024.46691>
- Shortt, M., Tilak, S., Kuznetcova, I., Martens, B., & Akinkuolie, B. (2023). Gamification in mobile-assisted language learning: A systematic review of Duolingo literature from public release of 2012 to early 2020. *Computer Assisted Language Learning*, 36(3), 517–554. <https://doi.org/10.1080/09588221.2021.1933540>
- Sudiran, S., Taufiq, W., & Adi, A. B. P. K. (2025). Enhancing EFL students' reading comprehension through Instagram: A quasi-experimental study. *JEES (Journal of English Educators Society)*, 10(2), 177–185. <https://doi.org/10.21070/jees.v10i2.1957>
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Walyono, W., Astika, S., & Widodo, U. (2025). Penerapan aplikasi Duolingo untuk meningkatkan keaktifan belajar peserta didik pada mata pelajaran bahasa Inggris. *JUDIKDAS: Jurnal Ilmu Pendidikan Dasar Indonesia*, 4(4), 248–256. <https://etdci.org/journal/judikdas/article/view/3571>
- Wara, S. S. M., Adziima, A. F., Nasrudin, M., & Pratama, A. R. (2025). Evaluasi kinerja uji normalitas pada ragam distribusi dan ukuran sampel. *Jurnal Diferensial*, 7(2), 172–183. <https://doi.org/10.35508/jd.v7i2.24042m>