

**STUDI EKSPLORASI DAN ANALISIS KEBUTUHAN
PEMBELAJARAN TEKS IKLAN DI SMA**



Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

Diajukan Oleh:

Rofi'i Zarkasyi

A310130060

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**STUDI EKSPLORASI DAN ANALISIS KEBUTUHAN
PEMBELAJARAN TEKS IKLAN DI SMA**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

Rofi'i Zarkasyi

A310130060

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Laili Etika Rahmawati, S.Pd., M.Pd.

NIP/NIK. 1356/NIDN. 0622036001

HALAMAN PENGESAHAN

STUDI EKSPLORASI DAN ANALISIS KEBUTUHAN
PEMBELAJARAN TEKS IKLAN DI SMA

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Rofi'i Zarkasyi

A310130060

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada hari Rabu, 09 Agustus 2017

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Laili Etika Rahmawati, S.Pd., M.Pd. (.....)
2. Prof. Dr. Abdul Ngali, M.M., M.Hum. (.....)
3. Drs. Andi Haris Prabawa, M.Hum. (.....)

Surakarta, 9 Agustus 2017

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,



Prof. Dr. Harun Joko Pravitno, M.Hum

NIDN. 0028046501

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 09 Agustus 2017

Penulis



ROFIQ ZARKASYI

A310130060

STUDI EKSPLORASI DAN ANALISIS KEBUTUHAN PEMBELAJARANTEKS IKLAN DI SMA

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tiga tujuan. (1) Memaparkan rencana pelaksanaan pembelajaran teks iklan. (2) Mengkaji bahan ajar teks iklan, (3) Mengeksplorasi kebutuhan guru dan siswa terhadap bahan ajar teks iklan. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Data berupa Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) dan bahan ajar teks iklan. Sumber data berasal dari Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) dan buku teks bahasa Indonesia di SMA Negeri 1 Godong. Data dikumpulkan menggunakan metode wawancara, simak dan catat. Hasil penelitian ada tiga hal. (1) Pembelajaran teks iklan di SMA Negeri 1 Godong menggunakan kurikulum 2013 dan dilaksanakan sesuai dengan sistematika kurikulum 2013. (2) Secara keseluruhan bahan ajar tergolong dekat dengan peserta didik dan dapat memotivasi untuk mengetahui hal-hal baru, tetapi ada beberapa ilustrasi yang kurang sesuai untuk mendukung pembelajaran dan memotivasi peserta didik. (3) Kebutuhan bahan ajar guru secara keseluruhan telah terpenuhi. Sedangkan kebutuhan peserta didik Pertama, peserta didik membutuhkan bahan ajar yang mudah dijumpai dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Kedua, bahan ajar teks iklan menggunakan kalimat yang menarik dan mudah dipahami. Ketiga, ilustrasi yang ditampilkan menarik, sesuai dengan kalimat dalam iklan dan sesuai prosuk yang ditawarkan. Keempat, Bahan ajar yang digunakan merupakan produk yang sedang dibutuhkan peserta didik. Kelima, bahan ajar teks iklan memberikan tawaran diskon, hadiah, dan promo menarik lainnya.

Kata kunci: bahan ajar, pembelajaran, teks iklan.

ABSTRACT

This research has three goals. (1) describe the learning implementation plan of advertisement text. (2) examine the teaching materials of the advertisement text, (3) explore the teachers and students needed on teaching materials of advertisement text. This research is qualitative descriptive. The data are Learning Implementation Plan and teaching materials of advertisement text. The data source comes from the Learning Implementation Plan and the Indonesian textbook at SMA Negeri 1 Godong. Data were collected using interview method, see, and note. The results of the research are three goals. (1) advertisement text learning in SMA Negeri 1 Godong using curriculum 2013 and implementedbased oncurriculum 2013 systematics. (2) Overall, teaching material are close to students and can motivate to know a new thing, but there are some illustrations that less appropriate to support learning and motivatingstudent. (3) Teacher learning material needs are totally completed. While, the student needs first is teaching materials that are easy to find and close to the daily life. Second, the teaching materials of advertisement text used interesting and simple

sentences. Third, the illustrations that displayed are interesting, appropriate with the sentence in the advertisement and appropriate with the product that offered. Fourth, teaching materials that used are appropriate with the product that student needed. Fifth, advertising text teaching materials offer a discounts, prizes, and other exciting promotions.

Keywords: learning materials, learning, advertisement text.

1. PENDAHULUAN

Iklan sebagai sarana pemasaran dan komunikasi. Iklan biasa digunakan oleh produsen atau penjual untuk memengaruhi pembeli atau konsumen. Sebagai sarana komunikasi iklan berisi informasi mengenai barang atau jasa yang disebarluaskan kepada khalayak agar tertarik terhadap barang ataupun jasa yang ditawarkan. Iklan bisa dijumpai di media audio visual atau di media cetak.

Mempelajari teks iklan merupakan salah satu kebutuhan yang sangat diperlukan. Hal ini tercantum dalam Kompetensi Dasar (KD) Kurikulum 2013 (K13) kelas XII, Agar tercapai tujuan pembelajaran salah satunya diperlukan bahan ajar yang sesuai dengan pemahaman serta perkembangan peserta didik. Banyaknya pilihan bahan ajar teks iklan seorang pendidik haruslah cermat dalam memilihnya. Misalkan, bahan ajar yang digunakan berasal dari iklan kolom pada surat kabar harian yang berupa iklan minuman berenergi, iklan rokok, dan iklan jual rumah. Iklan tersebut tetap bisa diidentifikasi struktur serta kaidahnyaakan tetapi bila digunakan sebagai bahan ajar hal tersebut menjadi kurang sesuai dengan karakteristik dan perkembangan peserta didik. Bahwa diusia Sekolah Menengah Atas (SMA) belum memerlukan produk tersebut. Pemakaian bahan ajar tersebut kurang memotifasi siswa dan dapat menghambat tercapainya indikator pembelajaran karena bahan ajar yang digunakan tidak dekat dengan lingkungan serta perkembangan siswa. Bahkan yang dikhawatirka peserta didik akan terpapar iklan hingga mempengaruhi perilaku mereka untuk mengenal produk tembakau atau produk alkohol. Hal tersebut yang menjadi kegelisahan peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Ismawati (2012:70) menyatakan bahwa suatu hal yang perlu diperhatikan mengenai pemilihan dan penyusunan materi pelajaran adalah terlebih dulu kita harus mengadakan seleksi dan organisasi materi. Seleksi melibatkan unsur relevansi dan esensi materi itu sendiri sedangkan organisasi materi meliputi luas bahan dan susunan bahan. Sepakat dengan hal tersebut dalam pemilihan bahan ajar hendaknya pendidik harus memilah berdasarkan kesesuaian dan kebutuhan peserta didik saat ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk menciptakan bahan ajar yang sesuai dengan karakteristik peserta didik. Melalui bahan ajar yang baik dan sesuai peserta didik diharapkan akan lebih mudah untuk memahami. Sehingga akan tercapai indikator pembelajaran yang telah ditentukan.

Penelitian tentang iklan sangat menarik dan penting untuk dilakukan. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan Pirayesha, dkk (2014) yang berjudul "*The effects of multimedia advertising on building brand equity.*" Penelitian Pirayesha menyajikan investigasi empiris untuk mempelajari efek dari iklan multimedia membangun kepemilikan merek. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Pirayesha yakni pada objek kajian yang berupa iklan dan efek dari iklan tersebut.

Lotrean, dkk (2016) melakukan penelitian yang berjudul "*Use of information technology by adolescents and young people and its effect on health promotion*". Penelitian Lotrean berfokus pada efek dari penggunaan teknologi informasi oleh remaja dan efeknya pada promosi kesehatan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Lotrean yakni pada objek kajian yang berupa iklan dan efek dari iklan tersebut.

Garey, dkk (2012) melakukan penelitian yang berjudul "*Advertisement call of Scinax littoralis and S. angrensis (Amphibia: Anura: Hylidae), with notes on the reproductive activity of S. littoralis.*" Penelitian Garey menggambarkan panggilan iklan dua spesies littoralis Scinax dan S. angrensis kemudian membandingkannya dengan spesies lain dalam kelompok S. Catharinae. Iklan panggilan dari S. angrensis dan S. littoralis terdiri dari catatan multi-berdenyut dengan beberapa pita frekuensi dan modulasi

frekuensi. Persamaan penelitian saya dengan penelitian yang dilakukan oleh Garey yakni pada objek kajian yang berupa iklan. Adapun perbedaannya pada metode penelitian, Garey menggunakan metode survey sedangkan pada penelitian yang saya lakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Szczepański, dkk (2013) melakukan penelitian yang berjudul “*An Automated Framework With Application To Study URL Based Online Advertisements Detection.*” Szczepański meneliti Sebuah pertumbuhan yang cepat dari iklan hasil online dalam jumlah besar yang tidak diminta dari data yang diunduh selama menjelajahi web. Persamaan penelitian saya dengan penelitian yang dilakukan oleh Szczepański yakni pada objek kajian yang berupa iklan. Adapun perbedaannya Szczepański mengambil sumber data dari pengguna internet sedangkan pada penelitian yang saya lakukan sumber data berasal dari siswa dan buku teks bahasa Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai penggunaan bahan ajar teks iklan di SMA Negeri 1 Godong merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Maksudnya, penelitian dengan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data berupa Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) dan bahan ajar teks iklan. Sumber data berasal dari Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) dan buku teks bahasa Indonesia di SMA Negeri 1 Godong. Data dikumpulkan menggunakan metode wawancara, simak dan catat. Keabsahan menggunakan teknik triangulasi data. Terdapat tiga jenis data yang harus dianalisis dalam penelitian ini, yaitu: 1) Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP), 2) bahan ajar, 3) wawancara. Data pertama tidak harus dianggap valid tetapi justru diragukan kebenarannya, sehingga perlu diuji dengan data lain, hingga data yang diperoleh objektif. Patton dalam Ratna (2010:242) menyebutkan bahwa salah satu cara untuk menguji validitas data yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, pengamatan dan dokumentasi yang diperoleh. Data dianalisis menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). analisis isi digunakan untuk mengetahui isi dari Rencana

Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) dan bahan ajar teks iklan yang digunakan dalam pembelajaran teks iklan. Selanjutnya, isi dari RPP dianalisis berdasarkan sistematika dalam Kurikulum 2013 dan isi dari teks iklan dianalisis berdasarkan kebutuhan bahan ajar peserta didik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP).

Ada empat Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) teks iklan. Masing-masing RPP memuat KI yang sama dan KD yang berbeda-beda. RPP dibuat sesuai dengan sistematika kurikulum 2013. RPP terdiri dari Identitas Mata Pelajaran, KI, KD, Indikator, Materi Pembelajaran, kegiatan pembelajaran, Media alat dan sumber pembelajaran, dan penilaian proses hasil belajar. Berikut ini akan disajikan salah satu RPP dalam pembelajaran teks iklan.

Identitas RPP terdiri dari satuan pendidikan SMA Negeri 1 Godong, mata pelajaran bahasa Indonesia, kelas 12 semester 1, materi pokok teks iklan, dan alokasi waktu 2 x45 menit atau satu kali pertemuan pembelajaran. Meliputi Kompetensi dasar (KD) 3.1 Memahami struktur dan kaidah teks iklan baik melalui lisan maupun tulisan dan 4.1 Menginterpretasi makna teks iklan baik secara lisan maupun tulisan. Dari kedua KD tersebut kemudian ditentukan indikator *pertama*, menentukan struktur isi teks iklan dengan teliti dan bertanggung jawab. *Kedua*, menentukan kaidah bahasa teks iklan dengan teliti, jujur, dan bertanggung jawab. Materi pembelajaran yaitu (1) teks iklan, (2) struktur isi teks iklan, (3) kaidah bahasa teks iklan. Metode pembelajaran menggunakan pendekatan saintifik dan model pembelajaran berbasis teks dengan penerapan metode ceramah, tanya jawab, inkuiri, diskusi, dan penugasan.

Kegiatan pembelajaran memiliki tiga tahap yaitu pendahuluan 5 menit, inti 70 menit, dan penutup 15 menit. Tahap pendahuluan guru menyapa siswa, guru dan siswa bertanya jawab berkaitan dengan teks iklan, guru menyampaikan tujuan dan manfaat pembelajaran, siswa memahami

penyampaian pokok-pokok materi pembelajaran, siswa membentuk kelompok berdasarkan saran guru. Pada tahap inti terdapat 5 poin kegiatan *pertama* mengamati, siswa membaca contoh teks iklan dengan teliti dan bertanggung jawab, siswa mencermati tentang struktur teks iklan, siswa membaca contoh teks iklan yang lain. *Kedua* menanya, siswa mempertanyakan uraian yang berkaitan dengan struktur isi teks iklan yang dibaca, siswa berdiskusi struktur teks dan kaidah bahasa dengan saling menghargai pendapat teman menggunakan bahasa yang santun. *Ketiga* menalar, siswa menganalisis struktur isi dan kaidah bahasa iklan dengan teliti dan bertanggung jawab, siswa menganalisis ciri-ciri teks iklan dengan teliti dan bertanggung jawab. *Keempat* mencoba, siswa mencatat hasil analisis tersebut dengan teliti dan bertanggung jawab, siswa mencari hubungan antara struktur isi dan ciri bahasa teks iklan secara cermat, teliti dan bertanggung jawab. *Kelima* mengkomunikasikan, siswa menjelaskan struktur isi dan ciri bahasa teks iklan dengan bahasa yang santun, siswa saling menghargai dalam menilai kebenaran/ketepatan penjelasan teman/kelompok. Pada tahap penutup siswa menyimpulkan materi pelajaran yang telah dipelajari. Siswa merenungkan aktifitas pembelajaran yang telah dilaksanakandengan mengisi lembar internalisasi sikap berkaitan dengan kemampuan bahasa Indonesia yang dapat dijadikan sebagai alat penyampai berbagai teks iklan. Siswa merefleksi penguasaan materi yang telah dipelajari dengan membuat catatan penguasaan materi. Siswa mengerjakan evaluasi. Siswa saling memberikan umpan balik hasil evaluasi pembelajaran yang telah dicapai. Siswa menyepakati tugas yang harus dikerjakan berkaitan dengan mencari teks iklan dan menganalisis struktur isi dan kaidah bahasa.

Media dalam pembelajaran ini menggunakan LCD, Laptop, dan teks iklan. Sumber belajar yang digunakan berasal dari buku teks Bahasa Indonesia: Ekspresi Diri dan Akademik Kelas XII yang diterbitkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Terdapat dua teknik evaluasi

atau penilaian yaitu tertulis dan uraian yang dilengkapi dengan pedoman penskoran yang sudah terlampir dalam RPP.

Kompetensi Inti (KI) dalam Kurikulum 2013 dirancang dalam empat kelompok yang saling terkait, yaitu berkenaan dengan sikap keagamaan (kompetensi inti 1), sikap sosial (kompetensi inti 2), pengetahuan (kompetensi inti 3), dan penerapan pengetahuan (kompetensi inti 4). Keempat kelompok itu menjadi acuan dari Kompetensi Dasar dan harus dikembangkan dalam setiap peristiwa pembelajaran secara integratif. Kompetensi yang berkenaan dengan sikap keagamaan dan sosial dikembangkan secara tidak langsung (*indirect teaching*), yaitu pada waktu peserta didik belajar tentang pengetahuan (kompetensi kelompok 3) dan penerapan pengetahuan (kompetensi kelompok 4) (Kemendikbud 2013:6). Kompetensi Inti dalam pembelajaran teks iklan telah mencakup empat acuan yang saling terkait yaitu agama, sikap sosial, pengetahuan dan penerapan pengetahuan. Keempat hal tersebut telah dikembangkan dalam setiap peristiwa pembelajaran. Kompetensi Dasar merupakan kompetensi setiap mata pelajaran untuk setiap kelas yang diturunkan dari Kompetensi Inti. Sesuai dengan pengembangan kurikulum 2013 SMA Negeri 1 Godong telah mengembangkan Kompetensi Dasar (KD) yang diturunkan dari Kompetensi inti, terdiri atas sikap, pengetahuan dan keterampilan.

Kompetensi Dasar pada pembelajaran teks iklan di SMA Negeri 1 Godong telah dikembangkan menjadi beberapa indikator. Pengembangan indikator merujuk pada kepentingan (*urgensi*), kesinambungan (*kontinuitas*), kesesuaian (*relevansi*), dan kontekstual. *Urgensi* dalam pengembangan indikator ditunjukkan pada kebutuhan pencapaian pembelajaran (*kedalaman dan keluasan materi pembelajaran*). *Kesinambungan* indikator ditunjukkan oleh keruntutan pencapaian materi pembelajaran atau belajara dari yang mudah menuju ke sulit. Indikator yang telah ditentukan memiliki kesesuaian antar indikator. *Kontekstual* yang dimaksud, indikator memiliki relevansi atau kecocokan dengan Kompetensi

Inti dan Kompetensi Dasar. Indikator menggunakan kata kerja operasional yang dapat diukur atau diobservasi. Indikator dapat dijadikan sebagai alat ukur pencapaian hasil belajar siswa.

Indikator yang telah ditentukan oleh guru dapat dicapai melalui kesesuaian materi pembelajaran dengan Kompetensi Dasar. Berdasarkan analisis RPP di atas, materi pembelajaran yang digunakan di SMA Negeri 1 Godong memiliki relevansi dengan Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar. Selanjutnya, untuk isi materi pembelajaran baik dari segi tingkatan perkembangan fisik, intelektual, emosional, sosial dan spiritual peserta didik ditelaah pada pembahasan bahan ajar.

Melalui data RPP dapat dilihat bahwa ada kesesuaian antara pendekatan, metode, dengan langkah-langkah pembelajaran. Pendekatan pembelajaran menggunakan pendekatan saintifik *learning*. Pendekatan pembelajaran yang berfokus pada keaktifan peserta didik mencari tahu dari berbagai sumber melalui observasi dan bukan hanya diberi tahu oleh guru. Pendekatan pembelajaran yang berpusat pada siswa.

Metode pembelajaran yang digunakan mendukung dalam kegiatan pembelajaran. Metode yang digunakan dalam pembelajaran teks iklan yaitu ceramah, tanya jawab, inkuiri, diskusi, dan penugasan. Metode tersebut relevan dengan pendekatan saintifik.

Kegiatan pembelajaran terdiri dari kegiatan pendahuluan, kegiatan inti dan kegiatan penutup. Kegiatan pendahuluan digunakan sebagai kegiatan awalan pembelajaran untuk menyiapkan peserta didik, mengajukan pertanyaan mengenai materi yang akan di pelajari, menjelaskan tujuan pembelajaran atau Kompetensi Dasar yang akan dicapai. Kegiatan inti merupakan kegiatan pokok pembelajaran digunakan untuk mencapai tujuan. Kegiatan ini telah mengacu pada pendekatan saintifik yaitu mengamati, menanya, menalar, mencoba dan mengomunikasikan. Kegiatan penutup guru bersama siswa membuat simpulan pembelajaran, merefleksi kegiatan pembelajaran, merencanakan tindak lanjut pembelajaran, memberikan tugas dan menyampaikan rencana pembelajaran pada pertemuan berikutnya.

Kegiatan pembelajaran tersebut telah menerapkan pendekatan saintifik sebagai implementasi kurikulum 2013.

Pendekatan saintifik menggunakan media yang bervariasi. Media yang digunakan dalam pembelajaran teks iklan di SMA Negeri 1 Godong berupa LCD, laptop, dan CD interaktif. Media tersebut digunakan untuk mendukung kegiatan pembelajaran. Media telah disesuaikan dengan karakteristik pembelajaran.

Sumber belajar yang digunakan juga disesuaikan dengan karakteristik pembelajaran. Sumber belajar diambil dari Buku teks bahasa Indonesia "Eksresi Diri dan Akademik kelas XII". Buku teks diterbitkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2015. Buku ini digunakan sebagai sumber pokok dalam pembelajaran teks iklan. Untuk memperkaya bahan ajar juga digunakan buku teks cakap berbahasa Indonesia yang diterbitkan oleh Yudhistira tahun 2015.

Penilaian sebagai serangkaian kegiatan untuk mengetahui hasil belajar peserta didik. Penilaian dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan sehingga dapat menentukan tingkat keberhasilan dalam mencapai kompetensi yang telah ditentukan. Penilaian dalam Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) pembelajaran teks iklan di SMA Negeri 1 Godong menggunakan teknik tes dalam bentuk tertulis.

3.2 Bahan Ajar Teks Iklan di SMA Negeri 1 Godong.

Menurut Widodo & Jasmadi (dalam Lestari 2013:2) beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan bahan ajar yang mampu membuat siswa untuk belajar mandiri dan memperoleh ketuntasan dalam proses pembelajaran sebagai berikut. (1) Memberikan contoh-contoh dan ilustrasi yang menarik dalam rangka mendukung pemaparan materi pembelajaran; (2) memberikan kemungkinan bagi siswa untuk memberikan umpan balik atau mengukur penguasaannya terhadap materi yang diberikan dengan memberikan soal-soal latihan, tugas, dan sejenisnya; (3) kontekstual, yaitu materi yang disajikan terkait dengan suasana atau konteks tugas dan

lingkungan siswa; (4) bahasa yang digunakan cukup sederhana karena siswa hanya berhadapan dengan bahan ajar ketika belajar secara mandiri.

Bahan ajar yang digunakan dalam pembelajaran berupa buku teks. Buku teks “Bahasa Indonesia Ekspresi diri dan Akademik” Kemendikbud 2015 sebagai sumber pokok yang digunakan dalam pembelajaran. Sedangkan buku teks “Cakap Berbahasa Indonesia” Yudhistira 2015 digunakan sebagai bahan ajar tambahan. Secara keseluruhan bahan ajar yang digunakan dalam pembelajaran teks iklan tergolong dekat dan mudah dipahami peserta didik. Serta bahan ajar yang digunakan menampilkan ilustrasi yang sesuai sehingga dapat menarik minat peserta didik. Bahan ajar yang digunakan dapat memotivasi peserta didik untuk mengetahui hal baru. Berikut ini salah satu bahan ajar dari masing-masing buku yang digunakan.



Sumber: Buku Teks “Bahasa Indonesia Ekspresidiri dan Akademik” Kemendikbud 2015.

Bahan ajar diatas berupa iklan layanan masyarakat. Data tersebut menunjukkan bahwa bahan ajar yang digunakan menarik dalam rangka mendukung pemaparan materi pembelajaran. Hal ini bisa dilihat dengan adanya ilustrasi gambar yang menarik. Penggunaan kalimat dalam iklan tersebut sederhana dan mudah dipahami peserta didik. Iklan tersebut tergolong dekat dengan lingkungan peserta didik. Penggunaan listrik sudah tidak dapat dipisahkan lagi dan merupakan sudah menjadi kebutuhan pokok dalam berbagai kehidupan masyarakat. Sehingga produk listrik sudah menjadi hal yang tidak asing lagi bagi peserta didik untuk memahami iklan tersebut.



Sumber: Buku Teks “Cakap Berbahasa Indonesia”
Yudhistira 2015.

Bahan ajar diatas berupa iklan jasa pembuatan stempel. Data tersebut menunjukkan bahwa bahan ajar yang digunakan menarik dalam rangka mendukung pemaparan materi pembelajaran. Hal ini bisa dilihat dengan adanya ilustrasi gambar yang menarik. Penggunaan kalimat dalam iklan tersebut sederhana dan mudah dipahami peserta didik. Iklan tersebut memiliki kecenderungan tidak dekat dengan peserta didik karena di usia sekolah belum membutuhkan hal tersebut. Akan tetapi iklan tersebut akan menambah wawasan siswa untuk mengetahui hal yang baru. Serta iklan tersebut dapat menambah wawasan peserta didik sebagai peluang usaha.

3.3 Kebutuhan Bahan Ajar Guru dan Peserta Didik

3.3.1 Kebutuhan Bahan Ajar Peserta Didik

Berdasarkan wawancara dengan peserta didik dapat diidentifikasi kebutuhan bahan ajar teks iklan. Pertama, peserta didik membutuhkan bahan ajar yang mudah dijumpai dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Kedua, bahan ajar teks iklan menggunakan kalimat yang menarik dan mudah dipahami. Ketiga, ilustrasi yang ditampilkan menarik, sesuai dengan kalimat dalam iklan dan sesuai prosuk yang ditawarkan. Keempat, Bahan ajar yang digunakan merupakan produk yang sedang dibutuhkan peserta didik. Kelima, bahan ajar teks iklan memberikan tawaran diskon, hadiah, dan promo menarik lainnya.

3.3.2 Kebutuhan Bahan Ajar Guru

Berdasarkan wawancara dengan guru dapat diidentifikasi secara keseluruhan kebutuhan bahan ajar telah terpenuhi. Tetapi, Usia peserta didik memengaruhi adanya kebutuhan bahan ajar yang sesuai dengan perkembangan peserta didik. Guru membutuhkan bahan ajar yang lebih banyak dan dioptimalkan.

4. PENUTUP

Ada tiga simpulan dalam penelitian ini (1) Pembelajaran teks iklan di SMA Negeri 1 Godong menggunakan kurikulum 2013 dan dilaksanakan sesuai dengan sistematika kakurikulum 2013, (2) Secara keseluruhan bahan ajar tergolong dekat dengan peserta didik dan dapat memotivasi untuk mengetahui hal-hal baru, tetapi ada beberapa ilustrasi yang kurang sesuai untuk mendukung pembelajaran dan memotivasi peserta didik, (3) Kebutuhan bahan ajar guru secara keseluruhan telah terpenuhi. Sedangkan kebutuhan peserta didik Pertama, peserta didik membutuhkan bahan ajar yang mudah dijumpai dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Kedua, bahan ajar teks iklan menggunakan kalimat yang menarik dan mudah dipahami. Ketiga, ilustrasi yang ditampilkan menarik, sesuai dengan kalimat dalam iklan dan sesuai produk yang ditawarkan. Keempat, Bahan ajar yang digunakan merupakan produk yang sedang dibutuhkan peserta didik. Kelima, bahan ajar teks iklan memberikan tawaran diskon, hadiah, dan promo menarik lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Garey, Michel V, Thais R.N. Costa., Andre M.X. de Lima, Luis F. Toledo, dan MariliaT. Hartmann. 2012. "Advertisement call of *Scinax littoralis* and *S. Angrensis* (Amphibia: Anura: Hylidae), with notes on the reproductive activity of *S. Littoralis*". *Acta Herpetologica* 7(2)pp 297-308.'
- Ismawati, Esti. 2012. *Telaah Kurikulum dan Pengembangan Bahan Ajar*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Lestari, Ika. 2013. *Pengembangan Bahan Ajar Berbasis Kompetensi (Sesuai dengan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan)*. Padang: Akademia Permata.

- Lotrean, Lucia Maria, Roxana Ailoaiei, dan Ovidiu Stan. 2016. "Use of information technology by adolescents and young people and its effect on health promotion." *Balneo Research Journal* 7 (3) pp 76-80. DOI: <http://dx.doi.org/10.12680/balneo.2016.123>.
- Permendikbud. 2013. *Lampiran KI dan KD*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Pirayasha, Reza, dan Masoud Ghaempanahb. 2014. "The Effects Of Multimedia Advertising On Building Brand Equity." *Management Science Letters* 4 pp 1761–1764. doi: 10.5267/j.msl.2014.7.008.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Szczepański, Piotr L, Adrian Wiśniewski, dan Tomasz Gerszberg. 2013. "An Automated Framework With Application To Study Url Based Online Advertisements Detection." *Journal of Applied Mathematics, Statistics and Informatics (JAMSI)*.9 (1) pp 48-60. DOI 10.2478/jamsi-2013-0005.