

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bahasa Indonesia menjadi salah satu mata pelajaran yang dimunculkan di semua jenjang pendidikan, mulai dari sekolah dasar, menengah, hingga perguruan tinggi. Mata pelajaran bahasa Indonesia ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta didik dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar sehingga guru pun dituntut untuk serba bisa dan menciptakan pembelajaran yang bermakna. Keterampilan tersebut meliputi keterampilan reseptif (menyimak, membaca, dan memirsa) dan keterampilan berbahasa produktif (berbicara dan mempresentasikan, serta menulis). Keempat keterampilan berbahasa ini sangat erat dan menjadi satu kesatuan yang utuh untuk dilakukan dan dikuasai oleh peserta didik yang dimodali dengan kosakata sebagai aktivitas intelektual.

Keterampilan menulis menjadi salah satu keterampilan berbahasa yang memiliki peranan sangat penting dalam dunia pendidikan. Keberhasilan peserta didik dalam mengikuti pelajaran di sekolah juga ditentukan dari keterampilan menulis. Kegiatan menulis ini menjadi salah satu keterampilan berbahasa yang banyak digandrungi oleh masyarakat, baik di kalangan sekolah maupun di kalangan umum. Keterampilan Menulis, menulis merupakan suatu kegiatan komunikasi berupa penyampaian pesan (informasi) secara tertulis kepada pihak lain dengan menggunakan bahasa tulis sebagai alat atau medianya (Dalman, 2015). Keterampilan menulis dapat meningkatkan pengembangan kecerdasan peserta

didik dalam berbagai aspek, seperti daya inisiatif yang berkembang, kreativitas, tumbuh keberanian, mendorong kemauan dan kemampuan peserta didik untuk mengumpulkan informasi yang kemudian dituangkan dalam tulisan atau karangan. Melalui kegiatan menulis, diharapkan peserta didik mampu dalam berkomunikasi dan mengimplementasikan materi pembelajaran ke dalam tulisan.

Dalam capaian pembelajaran Kurikulum Merdeka fase D elemen menulis, peserta didik dituntut untuk mampu menulis gagasan, pikiran, pandangan, arahan atau pesan tertulis untuk berbagai tujuan secara logis, kritis, kreatif, serta arahan pesan yang tepat dari berbagai jenis teks. Mata pelajaran bahasa Indonesia memiliki keterampilan menulis yang cukup menarik dan bervariasi, misalnya menulis laporan hasil observasi yang mengembangkan kemampuan peserta didik dalam mengamati dan melaporkan fenomena secara sistematis, menulis artikel ilmiah populer agar peserta didik dapat menceritakan suatu peristiwa secara runtut, menulis teks iklan agar peserta didik dapat memberikan pendapat atau sudut pandang, menulis puisi yang mengasah kreativitas dan kepekaan estetika, menulis teks eksplanasi yang melatih kemampuan menjelaskan proses atau fenomena secara runtut dan logis.

Di antara berbagai jenis teks tersebut, teks iklan memiliki karakteristik khusus yang menggabungkan aspek kreativitas, persuasi, dan komunikasi efektif. Salah satu tujuan pembelajaran pada materi teks iklan adalah agar peserta didik mampu menyusun teks iklan sesuai dengan struktur dan kaidah kebahasaan dengan ide yang kreatif. Namun, pada kenyataannya penelitian yang berfokus pada teks iklan masih sangat sedikit dan beberapa penelitian yang dilakukan bertujuan untuk

meningkatkan hasil belajar peserta didik menggunakan media pembelajaran yang sesuai dan mendukung materi teks iklan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Fadilah Adjinugroho (2024) yang memanfaatkan media Canva, Gina Apriliana (2022) yang memanfaatkan media CapCut, Dea Octaviani yang memanfaatkan media TikTok dengan memadukannya bersama model PjBL, dan Amelia Yuhaini (2024) yang memanfaatkan media YouTube dengan memadukannya bersama model SAVI. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Rizki (2021) membahas bahwa teks iklan memiliki permasalahan pada bahan ajar yang digunakan guru yang terpaku pada buku teks dan tidak dikaji ulang sehingga tidak sesuai dengan kebutuhan dan konteks yang ada di sekitar peserta didik. (Aslami & ZA, 2022)

Pembelajaran teks iklan menjadi bagian kompetensi dalam kurikulum Merdeka yang harus dikuasai oleh peserta didik kelas VIII tingkat SMP dikarenakan materi tersebut penting agar peserta didik mampu menuliskan teks iklan yang efektif dan persuasif untuk berbagai tujuan, dengan memperhatikan kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta sesuai dengan konteks sarannya. Selain itu peserta didik juga diharapkan mampu menganalisis struktur dan unsur kebahasaan iklan, serta mampu mengidentifikasi tujuan dan target audiens dari sebuah iklan. Pembelajaran materi teks iklan di lingkungan sekolah juga dapat menjadi stimulus yang positif guna menghasilkan respons yang positif pula. Pembelajaran yang berdasarkan stimulus dan respons ini dapat memanfaatkan lingkungan untuk membuat stimulus peserta didik. (Widiyanto, n.d.)

Keterampilan menulis memiliki tujuan untuk haruslah memiliki tujuan yang nyata, seperti menghibur, memberitahukan, mengekspresikan emosi, dan juga

penulis harus bisa meyakinkan para pembacanya. Menulis juga bermanfaat untuk mengetahui kemampuan diri dalam berpikir aktif untuk menuangkan ide, gagasan, dan pikiran ke dalam bentuk tulisan. Selain itu, manfaat menulis juga dapat menambah wawasan dan menumbuhkan kreativitas, Pratiwi (2018). Namun pada kenyataannya memang menjadi keterampilan berbahasa yang cukup sulit untuk dikuasai oleh peserta didik. Keterampilan menulis ini seringkali tidak berjalan dengan optimal, karena masih banyak peserta didik yang masih kesulitan menumbuhkan dan mengembangkan ide atau topik, padahal sebuah ide sangat dibutuhkan dalam proses kepenulisan. Kesulitan peserta didik dalam kegiatan pembelajaran dapat menimbulkan suasana yang kurang menarik, sehingga pembelajaran yang dilaksanakan kurang bervariasi dan peserta didik belum dapat termotivasi. Proses pembelajaran yang kurang berhasil dapat menyebabkan minimnya persiapan dan kurang berminatnya peserta didik dalam mengikuti kegiatan belajar mengajar.

Permasalahan dalam pembelajaran bahasa Indonesia juga berkaitan dengan metode pembelajaran yang digunakan. Metode pembelajaran adalah sebuah jalan guna menyampaikan materi pembelajaran, (Mufidah & Zainudin, 2018). Metode pembelajaran yang baik dan efektif mutlak memenuhi empat kriteria dasar yakni; 1) dapat membangkitkan rasa ingin tahu para pebelajar, 2) dapat membangkitkan optimisme positif dalam diri pebelajar, 3) dapat menumbuhkan kreativitas pebelajar dan 4) dapat diaplikasikan secara efektif, (Ahlaro, 2020). Pembelajaran dapat dikatakan baik apabila metode pembelajarannya efektif dalam mencapai tujuan pembelajaran, serta melibatkan siswa secara aktif dan menyenangkan. Namun, pada kenyataannya, terkadang metode yang digunakan oleh guru masih belum optimal

sehingga pembelajaran pun dirasa kurang maksimal. Pada umumnya atau hampir semua materi pada pembelajaran bahasa Indonesia disampaikan menggunakan metode ceramah, dengan satu kali pertemuan digunakan untuk ceramah mengenai materi dan satu kali pertemuan selanjutnya untuk penugasan. Hal ini menyebabkan pelajaran bahasa Indonesia dianggap menjadi pelajaran yang paling membosankan di antara mata pelajaran yang lain, oleh karena itu guru harus berusaha untuk mengubah metode pembelajaran di kelas agar membangkitkan semangat peserta didik.

Dalam konteks pembelajaran modern, penggunaan media pembelajaran menjadi sangat penting untuk mendukung proses belajar mengajar yang efektif. Media pembelajaran menurut adalah semua bentuk peralatan fisik yang didesain secara terencana untuk menyampaikan informasi dan membangun interaksi. Peralatan fisik yang dimaksud adalah mencakup benda asli, seperti bahan cetak, visual, audio, audio-visual, multimedia, dan web. Peralatan ini harus dirancang dan dikembangkan secara sengaja sedemikian rupa agar sesuai dengan kebutuhan peserta didik dan tujuan pembelajaran (Yaumi, 2018). Media pembelajaran dapat membantu peserta didik memvisualisasikan konsep abstrak, meningkatkan keterlibatan dalam proses pembelajaran, dan memberikan pengalaman belajar yang lebih menarik dan bermakna. Penggunaan media yang tepat dapat menjadi solusi untuk mengatasi kendala pembelajaran tradisional yang monoton dan kurang interaktif.

Dalam konteks pembelajaran teks iklan, Desygner sebagai aplikasi desain grafis *all-in-one* yang memungkinkan pengguna mendesain logo, postingan, kartu

nama, *flyer*, dan berbagai konten visual lainnya, memiliki relevansi yang sangat tinggi untuk memfasilitasi pembelajaran berbasis teknologi. Media pembelajaran teks iklan dan poster berbasis teknologi dapat membantu siswa dalam mempelajari materi dengan lebih efektif, di mana Desygner mendukung pendekatan ini dengan menyediakan platform digital yang mudah diakses. Melalui Desygner, pembelajaran teks iklan yang mencakup pengenalan unsur-unsur iklan dan kegiatan seperti mengamati iklan serta membuat iklan dapat diintegrasikan dengan aspek visual dan tekstual secara optimal, memungkinkan siswa untuk membuat iklan dengan menggabungkan teks dan visual, memahami struktur dan kaidah kebahasaan teks iklan secara praktis, serta mengeksplorasi berbagai jenis iklan komersial dan non-komersial. Dengan demikian, Desygner tidak hanya menjadi alat bantu dalam memvisualisasikan konsep abstrak teks iklan, tetapi juga memberikan pengalaman pembelajaran yang kontekstual dan sesuai dengan tuntutan era digital, di mana siswa dapat memahami fungsi persuasif iklan secara langsung, mempraktikkan pembuatan iklan yang efektif, dan menganalisis elemen-elemen iklan yang menarik sambil mengembangkan kemampuan berpikir kreatif dan kritis peserta didik.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan salah satu guru dan peserta didik di SMP Negeri 24 Depok, ditemukan bahwa guru masih menggunakan metode ceramah dan metode yang kurang bervariasi, selain itu guru juga tidak memadukan media digital untuk menciptakan pembelajaran yang menarik. Hal ini menunjukkan kurangnya improvisasi untuk menemukan metode-metode yang tepat untuk digunakan di kelas. Permasalahan yang ditemukan terutama pada peserta didik kelas VIII yang kurang aktif dan masih belum dapat mengembangkan ide

kreatifnya serta mengimplementasikan materi pembelajaran dengan baik, terkhusus pada keterampilan menulis teks iklan. Peserta didik dari kelas VIII seringkali mengalami kesulitan dalam menumbuhkan ide atau topik dan seringkali lebih memilih untuk menjiplak contoh materi yang diberikan oleh gurunya, bukan berdasarkan kepercayaan diri dari dalam peserta didik. Kurangnya latihan dan minat belajar peserta didik dalam pembelajaran bahasa Indonesia juga dapat membuat hasil belajarnya tidak maksimal. Selain itu, persepsi awal dari sudut pandang peserta didik terkait iklan adalah sebuah video yang diunggah ke sosial media, padahal sebuah iklan tidak hanya sebatas video saja melainkan juga dalam bentuk tulisan. Sementara itu, peserta didik merasa bahwa sebelum diberi penugasan harus diberikan materi terlebih dahulu secara rinci dan juga contoh yang mudah dan relevan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan metode pembelajaran yang baik dan sesuai agar dalam proses pembelajaran peserta didik dapat aktif, berpikir kreatif, dan juga inovatif. Peneliti memilih metode *Brainwriting* yang dipandang dapat meningkatkan proses belajar mengajar di kelas. Metode ini memungkinkan setiap individu untuk berbagi ide yang ditulis di atas kertas, di mana setiap orang menuliskan ide yang mereka miliki pada sebuah kertas, kemudian menukarkannya dengan kertas milik anggota lain dalam satu kelompok. Ide dari teman anggota lainnya diharapkan dapat merangsang menjadi sebuah ide baru dan beraneka ragam, sehingga apabila diproses dengan cermat oleh peserta didik maka akan menjadi ide atau gagasan yang belum diperoleh atau terpikirkan sebelumnya.

(Amin & Sumendap, 2022)

Penggunaan metode *Brainwriting* ini diharapkan dapat mengembangkan kreativitas peserta didik dalam mengembangkan teks iklan, seperti variasi dalam penggunaan kata atau kalimat yang unik, dan cara penyampaian isi dari produk yang akan dijual. *Brainwriting* ini juga bisa menjadi bekal peserta didik agar berpikir secara luas dan menyeluruh, sehingga dapat meningkatkan kemampuan berpikir kreatifnya terhadap hasil pembelajaran. Pengintegrasian media digital dalam metode *brainwriting* memberikan dimensi baru yang lebih menarik dan efektif. Media digital seperti aplikasi kolaboratif *online*, *platform* digital, dan *tools* interaktif dapat memperkaya proses pembelajaran dengan cara memfasilitasi kolaborasi *real-time* agar peserta didik dapat saling berbagi dan mengembangkan ide secara simultan, meningkatkan *engagement* karena *interface* yang menarik dan interaktif dapat membuat peserta didik lebih termotivasi, dokumentasi yang lebih baik sehingga dapat tersimpan dan diorganisir dengan rapi, serta aksesibilitas yang lebih luas agar pembelajaran dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja.

Hal ini ditunjang juga dengan penelitian relevan dari Afrida Nur Tifanni dan Julianto (2018) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Metode *Brainwriting* terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah pada Materi IPA Kelas IV SDN Waatesnogoro 1 Mojokerto” dan mendapat hasil pengaruh yang signifikan. Selain penelitian dari Afrida dan Julianto (2018) penelitian yang dilakukan oleh Sidebang dan Herlina (2023) yang berjudul “Pengaruh Model Pembelajaran *Brainwriting* Terhadap Keterampilan Menulis Mahasiswa” juga mendapatkan hasil signifikan yang menandakan bahwa metode *brainwriting* ini memang cocok diterapkan dalam pembelajaran terlebih dipadukan oleh media digital seperti YouTube, TikTok, atau pun Desygner. Oleh karena itu, peneliti makin yakin bahwa metode *brainwriting*

dengan berbantuan media Desygner dapat membantu menunjang pembelajaran dan meningkatkan hasil belajar peserta didik.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh metode *Brainwriting* berbantuan media Desygner terhadap keterampilan menulis teks iklan siswa kelas VIII di SMP Negeri 24 Kota Depok.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diungkapkan di atas, dapat terlihat beberapa permasalahan yang berkaitan dengan pembelajaran keterampilan menulis teks iklan di kelas. Dengan demikian, peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang ada, yaitu:

1. Apakah peserta didik masih belum bisa mengimplementasikan materi teks iklan dengan benar?
2. Apakah metode yang digunakan oleh guru sudah benar, tepat, dan bervariasi?
3. Apakah metode *Brainwriting* memiliki pengaruh terhadap keterampilan menulis teks iklan di SMP Negeri 24 Kota Depok?
4. Apakah berbantuan media Desygner dapat menunjang kegiatan menulis peserta didik pada teks iklan?
5. Apakah terdapat peningkatan pada hasil belajar peserta didik setelah diterapkan metode *Brainwriting* dengan berbantuan media Desygner?

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah, yaitu “Apakah terdapat pengaruh metode *Brainwriting* dengan berbantuan media Desygner dalam pembelajaran keterampilan menulis teks iklan siswa kelas VIII SMP NEGERI 24 DEPOK?”

### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari metode pembelajaran *Brainwriting* berbantuan media Desygner terhadap keterampilan menulis teks iklan siswa kelas VIII di SMP Negeri 24 Depok.

### 1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, peneliti membatasi permasalahan agar pembahasan penelitian lebih fokus dan tidak terlalu luas. Penelitian ini membatasi ruang lingkup kajian pada pengaruh metode pembelajaran *Brainwriting* berbantuan media Desygner terhadap kemampuan menulis teks iklan komersial siswa kelas VIII di SMP Negeri 24 Kota Depok.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian di atas, peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak:

#### 1) Bagi Guru

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan alternatif metode dan media baru untuk guru pergunakan dalam pembelajaran interaktif di kelas yang sesuai dengan kebutuhan peserta didik dan guru untuk mengajar keterampilan menulis teks iklan serta materi ajar lainnya.

## 2) Bagi Peserta didik

Penelitian ini diharapkan agar peserta didik dapat memperoleh pengalaman baru dalam proses pembelajaran dengan menggunakan metode dan media yang baru pertama kali peserta didik gunakan sehingga proses pembelajaran lebih bermakna dengan harapan dapat meningkatkan hasil belajar bagi peserta didik, khususnya pada materi keterampilan menulis teks iklan.

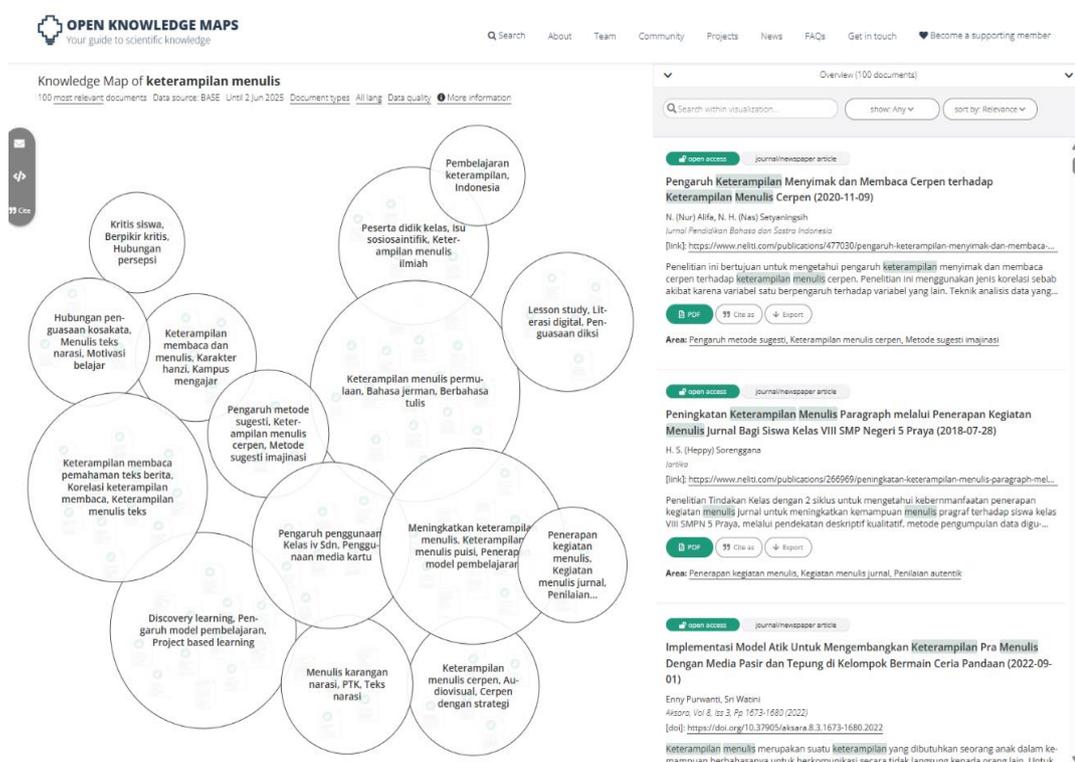
## 3) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman sebagai calon pendidik, dan sebagai referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan pembahasan yang serupa, yaitu mengenai teks iklan dengan penggunaan metode dan berbantuan media pembelajaran serta objek penelitian yang berbeda.

### 1.7 Keaslian Penelitian (*State of The Art*)

Dalam sebuah penelitian, penting sekali untuk meninjau hasil-hasil dari penelitian terdahulu yang relevan guna untuk memetakan posisi dan kebaruan penelitian yang akan dilakukan. Kajian ini disebut dengan *state of the art* atau peta penelitian, yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana topik yang diangkat telah diteliti, pendekatan atau metode yang digunakan, serta celah penelitian yang masih dapat dikembangkan. Kebaharuan penelitian ini ditinjau dari web [openknowledgemaps.org](http://openknowledgemaps.org) agar lebih akurat terdeteksi penelitian sebelumnya. Kerelevanan penelitian untuk kebutuhan masyarakat dapat dilihat dari penelitian-penelitian sebelumnya melalui [openknowledgemaps.org](http://openknowledgemaps.org) sehingga penelitian yang

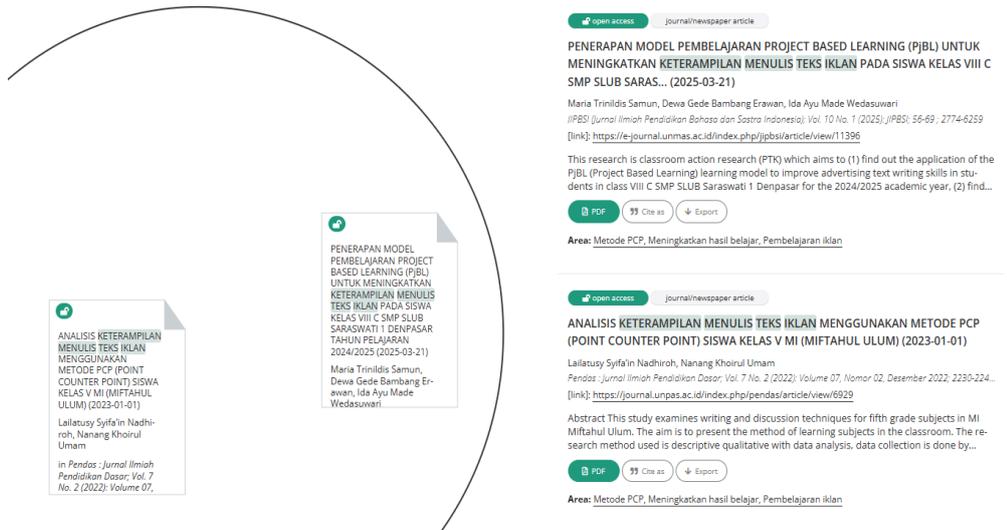
baru lebih original dan terdapat hal yang baru dari penelitian. Hal ini dapat dilihat dari kebaruan penelitian openknowledgemaps.org berikut.



**Gambar 1.1 Hasil Pemetaan dari Keterampilan Menulis**

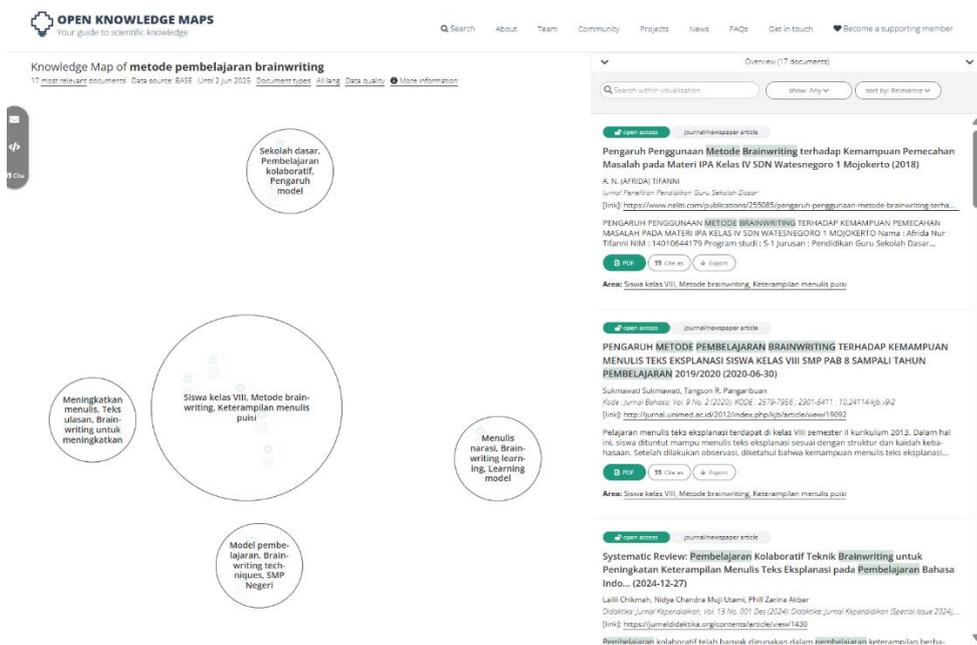
Berdasarkan hasil visualisasi data pada gambar di atas, dapat dianalisis bahwa semakin besar ukuran lingkaran yang ditampilkan, maka semakin banyak pula jumlah penelitian yang dilakukan pada topik tersebut. Ukuran lingkaran secara visual merepresentasikan frekuensi atau intensitas kajian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat minat dan perhatian yang tinggi terhadap topik tersebut di kalangan akademisi. Analisis ini diperoleh melalui pemanfaatan platform openknowledge, yang memungkinkan peneliti untuk mengakses dan memetakan tren penelitian secara terbuka dan komprehensif. Dengan demikian, visualisasi ini tidak hanya memberikan gambaran umum tentang





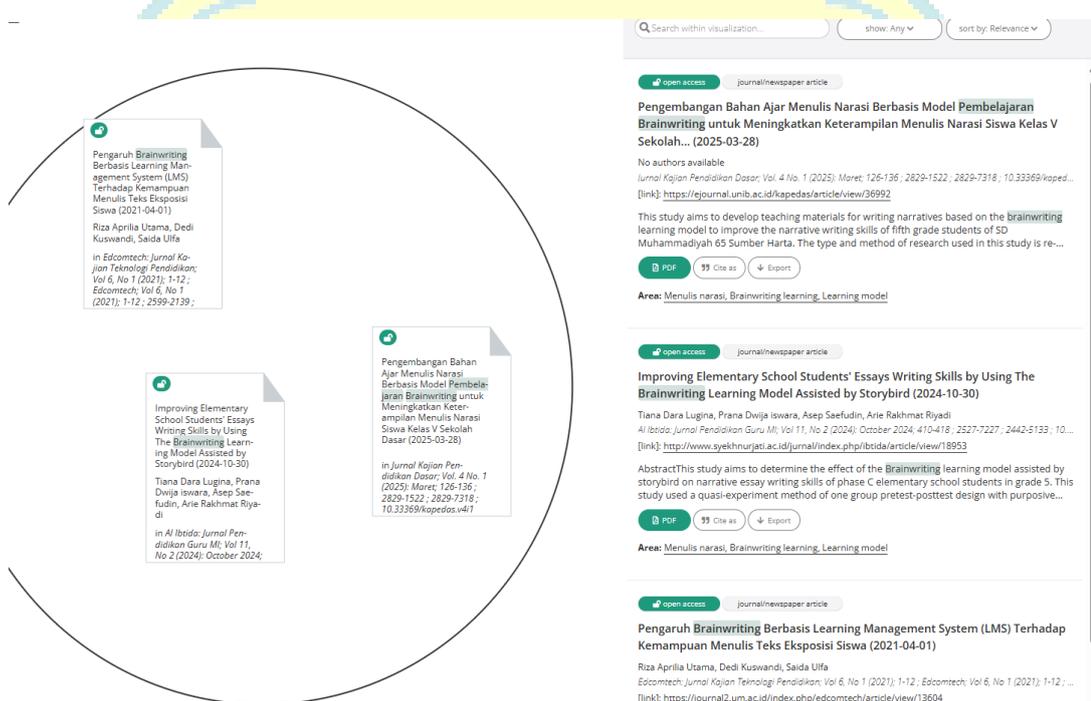
**Gambar 1.4 Hasil Pemetaan dari Keterampilan Menulis Teks Iklan**

Namun, jika dikerucutkan lagi menjadi keterampilan menulis teks iklan, maka yang muncul akan seperti ini, lingkaran yang muncul berukuran kecil dan tidak terlalu banyak. Maka dari itu, keterampilan menulis teks iklan merupakan penelitian yang jarang diteliti. Penelitian tersebut dapat dijadikan referensi penelitian berikut ini.



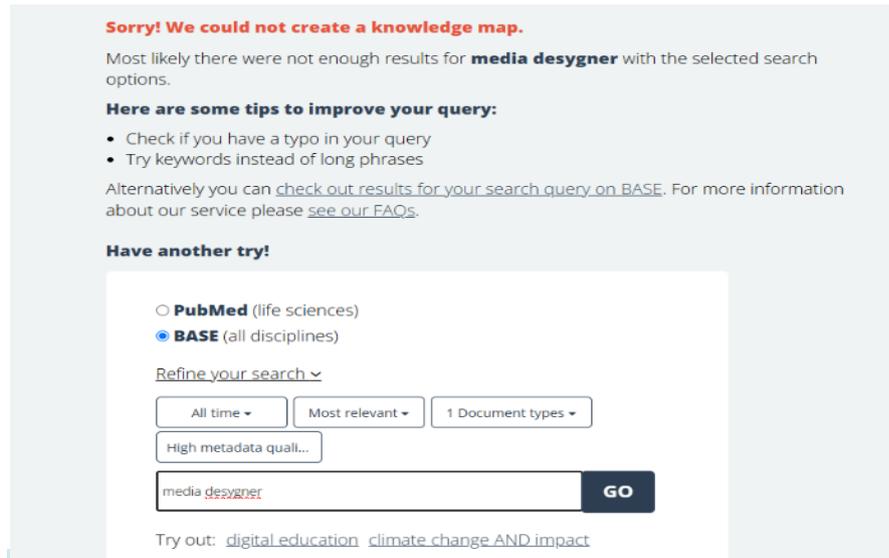
**Gambar 1.5 Hasil Pemetaan dari Metode Pembelajaran Brainwriting**

Selain mencari keterampilan menulis dan keterampilan menulis teks iklan, peneliti juga mencari penelitian-penelitian terdahulu dengan kata kunci “Metode Pembelajaran *Brainwriting*”. Dari pencarian yang ada, yang muncul hanya 5, dan 1 di antaranya dengan ukuran besar. Namun, dikarenakan sedikitnya lingkaran-lingkaran yang ada, maka hal ini pun bisa dijadikan peluang dan referensi penelitian untuk diteliti.



**Gambar 1.6 Hasil Pemetaan dari Metode Pembelajaran *Brainwriting***

Kemudian, jika salah satu lingkaran tersebut di perbesar, maka kebanyakan teks yang menggunakan metode ini berupa teks narasi, eksposisi, dan eksplanasi, jarang ada yang memadukan metode *Brainwriting* jarang ada yang memadukan keterampilan menulis teks iklan. Hal ini juga dapat menjadi peluang dan kebaharuan untuk penelitian ini.



**Gambar 1.7 Hasil Pemetaan dari Media Desygnr**

Untuk gambar pemetaan terakhir ini menunjukkan hasil dari media Desygnr, bahwa media tersebut masih belum ada yang meneliti. Hal ini dapat menjadi peluang baru untuk penelitian kali ini, untuk memadukan metode pembelajaran *Brainwriting* berbantuan media Desygnr terhadap keterampilan menulis teks iklan pada peserta didik kelas VIII. Penelitian tersebut dapat mendukung keterampilan menulis teks iklan dalam penelitian ini untuk mengisi celah penelitian terdahulu (*novelty*). Demikian juga penelitian lain yang masih jarang diteliti akan menjadi referensi penelitian selanjutnya untuk dikembangkan.

*Intelligentia - Dignitas*