

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Setiap penelitian pada dasarnya membutuhkan sebuah metode sebagai prosedur ilmiah dalam mendapatkan data, melakukan analisis, dan memecahkan permasalahan yang diangkat. Menurut Heryadi (2021:42), metode penelitian adalah cara melaksanakan penelitian yang telah direncanakan berdasarkan pendekatan yang dianut. Selaras dengan hal tersebut, dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena data yang dikumpulkan, diolah, dan disajikan dalam penelitian ini bukan berupa angka-angka statistik, melainkan berupa data verbal yang berwujud paparan kata, frasa, dan kalimat yang terdapat di dalam teks iklan.

Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menggambarkan fenomena-fenomena komunikasi bahasa yang ada secara mendalam. Sejalan dengan pandangan Sugiyono (2019:18), metode deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme atau interpretif, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti diposisikan sebagai instrumen kunci (*key instrument*). Penulis menggunakan metode ini karena permasalahan yang diteliti memerlukan Analisis Penulis dan interpretasi tekstual yang mendalam untuk mendekonstruksi anatomi unsur informasi serta membedah penggunaan kaidah kebahasaan berupa kalimat persuasif dan kalimat imperatif yang terkandung dalam teks iklan komersial maupun nonkomersial pada platform *Meta Ad Library*.

Lebih lanjut, Lexy J. Moleong (2017:6) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah. Dalam konteks penelitian ini, sifat kealamiah (*naturalistik*) data tetap terjaga secara utuh karena penulis mengambil sampel teks iklan langsung dari lingkungan digital *Meta Ad Library* secara apa adanya, tanpa melakukan manipulasi, intervensi, atau merekayasa variabel apa pun di dalam objek penelitian.

Melalui penerapan metode deskriptif kualitatif yang diperkuat oleh landasan teoretis para ahli metodologi ini, proses pemetaan unsur informasi dan kaidah kebahasaan iklan diharapkan dapat disajikan secara objektif, sistematis, dan akurat guna menghasilkan draf alternatif bahan ajar yang berkualitas untuk peserta didik kelas VIII SMP.

B. Ruang Lingkup Penelitian

Fokus dan ruang lingkup penelitian merupakan batasan spasial serta konseptual yang menjadi objek kajian utama dalam sebuah penelitian agar pembahasan masalah dapat dilakukan secara mendalam, terarah, dan tidak meluas tanpa target yang jelas. Sejalan dengan pandangan Sugiyono (2019:42), pembatasan ruang lingkup penelitian sangat diperlukan dalam pendekatan kualitatif agar peneliti dapat memfokuskan energi akademisnya untuk membedah variabel atau parameter spesifik secara komprehensif. Sesuai dengan pembatasan yang diderivasikan dari pendekatan literasi fungsional pada Kurikulum Merdeka SMP Kelas VIII Fase D, objek yang menjadi fokus analisis dalam penelitian ini dibatasi pada dua variabel utama yang bersumber dari platform digital *Meta Ad Library*, yaitu:

1. Unsur Teks Iklan Ruang lingkup analisis unsur ini difokuskan pada pemetaan kelengkapan komponen informasi fundamental pembentuk wacana periklanan. Sejalan dengan kebutuhan adaptasi kurikulum terhadap teks multimodal di *Meta Ad Library*, parameter analisis pada iklan komersial dibatasi pada empat unsur utama, yaitu, nama produk, penjelasan produk, cara mendapatkan, dan visualisasi. Sementara itu, parameter analisis pada iklan nonkomersial dibatasi pada aspek pihak pembuat, sasaran khalayak, pesan utama, dan visualisasi. Pembatasan ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana keutuhan struktur informasi wacana digital dapat menunjang ketercapaian Tujuan Pembelajaran pada elemen Membaca dan Memirsa.
2. Kaidah Kebahasaan Teks Iklan Ruang lingkup analisis kebahasaan ini difokuskan secara eksklusif pada karakteristik linguistik yang menjadi ciri dominan di dalam teks periklanan modern. Sesuai dengan tuntutan kompetensi kebahasaan peserta didik kelas VIII SMP, analisis kebahasaan ini

dititikberatkan pada wujud penggunaan dan fungsi tekstual dari kalimat persuasif (kalimat yang bersifat membujuk halus untuk memengaruhi kognisi audiens) serta kalimat imperatif (kalimat yang berisi desakan, ajakan, dorongan, atau larangan yang menuntut aksi nyata dari pembaca).

Menurut John W. Creswell (2016:135), penentuan ruang lingkup yang ketat dan konsisten di awal penelitian akan menjamin validitas internal sebuah karya ilmiah, mulai dari rumusan masalah hingga hasil penemuan di bab akhir. Dengan membatasi ruang lingkup pada kedua aspek di atas, penulis dapat menghasilkan data analisis yang spesifik dan tajam mengenai karakteristik teks iklan di *Meta Ad Library*. Hasil dekonstruksi parameter inilah yang kemudian ditransformasikan menjadi draf produk alternatif bahan ajar Bahasa Indonesia yang aplikatif, terukur, dan kontekstual bagi peserta didik kelas VIII SMP/MTs.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Berdasarkan parameter metodologi penelitian kualitatif, komponen yang diteliti dalam riset ini terbagi secara tegas menjadi subjek penelitian dan objek penelitian. Penentuan kedua komponen ini secara presisi sangat penting agar peneliti dapat menetapkan batasan yang jelas mengenai dari mana data diperoleh dan apa yang menjadi inti sari dari fenomena yang sedang dikaji.

1. Subjek Penelitian Subjek penelitian adalah sumber utama, informan, atau tempat di mana data penelitian melekat dan diperoleh. Suharsimi Arikunto (2019:132) memberikan batasan bahwa subjek penelitian adalah benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian deskriptif kualitatif ini, subjek penelitian yang dipilih sebagai sumber data primer adalah platform digital *Meta Ad Library*. Platform ini dipilih secara sengaja (*purposive*) karena merupakan pangkalan data iklan digital terbesar, bersifat transparan, aktual, dan memuat berbagai variasi teks iklan komersial maupun nonkomersial yang aktif didistribusikan melalui ekosistem media sosial Meta. Melalui subjek platform inilah, penulis mengunduh dan mengumpulkan sampel

dokumen teks iklan display yang representatif untuk dijadikan bahan kajian.

2. Objek Penelitian Objek penelitian adalah fenomena, kondisi, atribut, atau masalah yang menjadi titik pusat perhatian penulis untuk dibedah secara mendalam. Menurut Lexy J. Moleong (2017:84), objek penelitian pada hakikatnya adalah isi atau substansi yang ingin dipecahkan dan dipahami maknanya melalui proses analisis data ilmiah. Dalam hal ini, objek yang diteliti secara kritis adalah kelengkapan unsur informasi dan karakteristik kaidah kebahasaan yang melekat pada teks iklan komersial maupun nonkomersial di dalam subjek *Meta Ad Library* tersebut. Secara operasional, objek penelitian ini diturunkan menjadi parameter yang terukur, yaitu kelengkapan empat unsur informasi (nama produk, penjelasan produk, cara mendapatkan, dan visualisasi untuk iklan komersial; serta pihak pembuat, sasaran khalayak, pesan utama, dan visualisasi untuk iklan nonkomersial) ditambah dengan analisis fungsi tekstual dari kalimat persuasif dan kalimat imperatif.

Melalui sinkronisasi yang jelas antara subjek berupa platform *Meta Ad Library* dan objek berupa anatomi unsur serta kebahasaan teks iklan, data yang dihasilkan dalam penelitian kualitatif ini akan memiliki tingkat konsistensi yang tinggi. Seluruh rangkaian data objek yang telah dibedah inilah yang nantinya diekstraksi dan disusun ulang menjadi draf kompilasi alternatif bahan ajar Bahasa Indonesia yang konkret dan kontekstual bagi peserta didik kelas VIII SMP/MTs.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah atau upaya objektif yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang valid dan reliabel untuk memecahkan masalah. Menurut Sugiyono (2019:224), tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Mengingat sifat data yang diteliti berupa wacana teks dan visual yang bersumber dari platform digital *Meta Ad Library*, penulis menerapkan kombinasi teknik pengumpulan data yang sistematis sebagai berikut:

1. Teknik Wawancara Semistruktur Wawancara dilakukan pada tahap pra-penelitian (studi pendahuluan) untuk menggali dan mengidentifikasi permasalahan riil di lapangan seputar ketersediaan serta variasi bahan ajar teks iklan. Penulis melakukan wawancara langsung dengan guru-guru mata pelajaran Bahasa Indonesia di SMPN 17 Kota Tasikmalaya, MTs Terpadu Bojongnangka, dan MTs Al-Khoeriyah Ciherang. Hasil wawancara ini digunakan sebagai data sekunder untuk memperkuat latar belakang masalah mengenai minimnya variasi contoh teks iklan kontemporer di dalam buku paket pegangan peserta didik.
2. Teknik Dokumentasi Digital Teknik dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menganalisis dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, maupun elektronik. Lexy J. Moleong (2017:217) menyatakan bahwa dokumen merupakan sumber data yang dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan meramalkan suatu fenomena. Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi digital digunakan untuk mengekstraksi wacana tertulis dan komponen visual iklan dari platform *Meta Ad Library*. Penulis melakukan pengunduhan (*download*) dan tangkapan layar (*screenshot*) terhadap sampel iklan komersial dan nonkomersial yang memenuhi kriteria untuk dijadikan korpus data penelitian.
3. Teknik Simak dan Catat Digital Teknik simak dan catat merupakan teknik pengumpulan data bahasa yang dilakukan dengan cara menyimak penggunaan bahasa, kemudian mencatat hasil penyimakan tersebut pada lembar data penelitian. Dalam konteks platform digital *Meta Ad Library*, penulis menyimak dengan saksama seluruh komponen kebahasaan, baik teks utama (*caption*), teks pada gambar, maupun teks dalam video pendek iklan. Setelah proses penyimakan dilakukan, penulis mencatat dan mentranskripsikan segala bentuk tuturan verbal yang mengandung unsur informasi produk/sosial serta muatan kalimat persuasif dan kalimat imperatif ke dalam kartu data yang siap untuk dianalisis lebih lanjut.

4. Teknik Angket atau Kuesioner Kelayakan Teknik angket digunakan pada tahap akhir penelitian setelah draf alternatif bahan ajar selesai disusun. Angket ini bersifat tertutup-terbuka dan disebarakan kepada tim ahli (dosen ahli materi/pembelajaran dan guru praktisi Bahasa Indonesia) sebagai instrumen uji ahli (*expert judgment*). Data yang diperoleh dari teknik angket ini berupa penilaian numerik (skala likert) dan masukan kualitatif yang berfungsi untuk memvalidasi tingkat kelayakan produk bahan ajar materi teks iklan sebelum dinyatakan siap diimplementasikan.

Instrumen Pengumpulan Data

Dalam mendukung keberhasilan teknik pengumpulan data yang telah dipaparkan di atas, penulis merumuskan dua jenis instrumen pengumpulan data utama sebagai alat bantu operasional. Menurut Sugiyono (2019:222), instrumen penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah peneliti itu sendiri (*human instrument*), namun instrumen tersebut perlu didukung oleh pedoman instrumen tertulis agar pengumpulan data menjadi lebih terfokus. Adapun instrumen penunjang yang dirumuskan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pedoman Tabel Analisis Unsur dan Kebahasaan Teks Iklan Instrumen ini berbentuk lembar format tabel analisis yang memuat indikator parameter penilaian yang telah dikunci. Lembar analisis ini digunakan peneliti sebagai panduan objektif saat melakukan dekonstruksi terhadap korpus data dari *Meta Ad Library*. Tabel ini memuat rincian aspek kelengkapan empat unsur informasi iklan (komersial dan nonkomersial) serta rincian klasifikasi identifikasi kalimat persuasif dan kalimat imperatif.
2. Instrumen Lembar Validasi Angket Ahli Instrumen ini berupa kuesioner penilaian kelayakan bahan ajar yang diberikan kepada dosen ahli dan guru bahasa Indonesia. Lembar validasi ini dirancang berdasarkan kriteria pengembangan bahan ajar yang baik, meliputi aspek kelayakan isi/materi, kelayakan penyajian, kelayakan kebahasaan, dan kelayakan kegrafikan. Hasil pengisian instrumen inilah yang menjadi bukti empiris validitas produk

alternatif bahan ajar yang dikembangkan.

Tabel 3. 1 Instrumen Analisis Unsur Teks Iklan Komersial

Parameter Unsur Iklan	Kutipan Teks / Temuan dalam Iklan	Hasil Analisis Peneliti
Nama Produk		
Penjelasan Produk		
Cara Mendapatkan Produk		
Visualisasi		

Tabel 3. 2 Instrumen Analisis Kaidah Kebahasaan Teks Iklan Komersial

Parameter Kebahasaan	Kutipan Teks / Temuan dalam Iklan	Hasil Analisis Peneliti
Kalimat Persuasif		
Kalimat Imperatif		

Tabel 3. 3 Instrumen Analisis Unsur Teks Iklan Nonkomersial

Parameter Unsur Iklan	Kutipan Teks / Temuan dalam Iklan	Hasil Analisis Peneliti
Pihak Pembuat Iklan		
Sasaran Khalayak		
Pesan Utama Iklan		

Visualisasi		
-------------	--	--

Tabel 3. 4 Instrumen Analisis Kaidah Kebahasaan Teks Iklan Nonkomersial

Parameter Kebahasaan	Kutipan Teks / Temuan dalam Iklan	Hasil Analisis Peneliti
Kalimat Persuasif		
Kalimat Imperatif		

Instrumen Validasi**Identitas Validator**

Nama:

Bidang Keahlian:

Instansi:

Petunjuk:

1. Bapak/Ibu dimohon memvalidasi beberapa poin yang terdapat dalam tabel kesesuaian LKPD Teks Iklan sebagai alternatif bahan ajar.
2. Pengisian lembar ini dilakukan dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom (Ya/Tidak) berdasarkan penilaian Bapak/Ibu.
3. Bapak/Ibu dimohon kesediaannya untuk memberikan komentar/saran pada bagian akhir lembar validasi.

Tabel 3. 5 Angket Validasi Bahan Ajar (LKPD) oleh Guru dan Dosen

No	Pertanyaan Kelayakan	Ya	Tidak
1	Apakah rancangan LKPD sudah sesuai dengan Capaian Pembelajaran (CP) Kurikulum Merdeka Fase D?		
2	Apakah butir instrumen pada LKPD mencakup analisis Unsur Teks Iklan (Nama, Penjelasan, Keunggulan, dll)?		

3	Apakah butir instrumen pada LKPD mencakup analisis Kaidah Kebahasaan (Kalimat Persuasif dan Imperatif)?		
4	Apakah pemilihan teks iklan dari berbagai media sudah relevan dengan kebutuhan literasi memirsanya peserta didik kelas VIII?		
5	Apakah petunjuk pengerjaan LKPD sudah jelas dan mudah dipahami oleh peserta didik?		
6	Apakah format isian LKPD sudah sistematis dan menunjang pencapaian Tujuan Pembelajaran (TP)?		
7	Apakah tingkat kesulitan bahasa dalam materi iklan sudah sesuai dengan perkembangan kognitif peserta didik kelas VIII?		

Komentar/Saran:

.....

.....

.....

.....

Kesimpulan:

Tabel 3. 6 Pedoman Pemberian Skor Angket Validasi Bahan Ajar

Kategori Penilaian (Skala)	Interpretasi Skor
4	Sangat Sesuai / Sangat Baik / Sangat Relevan (Sangat Valid)
3	Sesuai / Baik / Relevan (Valid)

2	Cukup Sesuai / Cukup Baik / Cukup Relevan (Cukup Valid)
1	Tidak Sesuai / Kurang Baik / Kurang Relevan (Kurang Valid)

SURAT KETERANGAN UJI AHLI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama:

Pekerjaan:

Instansi:

Menyatakan telah memberikan pertimbangan dan penilaian untuk kesesuaian materi (unsur dan kebahasaan) pada teks iklan dari berbagai media dengan kriteria bahan ajar, sebagai tindak lanjut penelitian skripsi yang berjudul "Analisis Unsur dan Kaidah Kebahasaan pada Teks Iklan Komersial dan Nonkomersial dari Berbagai Media sebagai Alternatif Bahan Ajar Bahasa Indonesia SMP Kelas VIII" yang disusun oleh:

Nama: Fahmi Reza Ahmad Fahrezi

NPM: 192121117

Jurusan: Pendidikan Bahasa Indonesia

Sehingga dinyatakan bahwa Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) dan hasil analisisnya **a) dapat digunakan, b) dapat digunakan dengan perbaikan, c) tidak dapat digunakan** untuk tindak lanjut penelitian skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Tasikmalaya, 2026

Validator,

(.....)

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menyusun, menggabungkan informasi, dan memberi makna pada sekumpulan data sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi dan menarik kesimpulan yang benar. Proses analisis data kualitatif dalam penelitian ini menggunakan tahapan analisis interaktif, yang mencakup:

1. Reduksi Data: Mengeliminasi tayangan iklan yang tidak relevan, dan hanya memilah data iklan yang memuat unsur informasi penting serta menggunakan bahasa persuasif atau imperatif untuk dianalisis.
2. Penyajian Data: Data transkripsi disajikan secara sistematis dalam bentuk tabel dan uraian analitis untuk mendemonstrasikan secara deskriptif letak unsur informasi dan kaidah bahasanya.
3. Penarikan Kesimpulan: Diharapkan kesimpulan akhir yang ditarik dapat memotret kecenderungan pola kalimat and informasi pada tiap jenis media.

Selanjutnya, hasil analisis teks iklan tersebut diwujudkan menjadi bahan ajar berupa Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD). Untuk mengolah data dari hasil angket uji validasi kepada guru dan dosen terhadap LKPD tersebut, penulis menggunakan rumus persentase penilaian kelayakan.¹

$$\text{Skor Validator} = (\text{Jumlah skor yang diperoleh} / \text{Skor Tertinggi}) \times 100\%$$

Kategori penentuan tingkat kelayakan bahan ajar (LKPD) ini kemudian diklasifikasikan ke dalam rentang: 90-100% (Sangat Valid), 80-89% (Valid), 65-79% (Cukup Valid), dan di bawah 64% (Kurang Valid).¹ Setelah divalidasi, LKPD akan diujicobakan kepada peserta didik untuk diukur tingkat keberhasilannya menggunakan instrumen dan rubrik berikut.

Tabel 3. 7 Format Isian Peserta Didik pada Lembar Kerja (LKPD)

No	Aspek Analisis	Hasil Temuan dan Analisis
1	Unsur Teks Iklan	Nama Produk: ...

		Penjelasan/Keunggulan: ... Pihak Pembuat/Sasaran: ...
2	Kaidah Kebahasaan	Kalimat Persuasif: ... Kalimat Imperatif: ...
3	Simpulan Pesan	...

Tabel 3. 8 Rubrik Penilaian Hasil Kerja Peserta Didik pada LKPD

Kriteria	Indikator Deskripsi	Skor Maks
Identifikasi Unsur	Mampu menemukan seluruh unsur informasi iklan (nama, keunggulan, dll) dengan tepat.	40
Analisis Bahasa	Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan fungsi kalimat persuasif/imperatif secara kritis.	40
Ketepatan Isi	Kesesuaian simpulan pesan dengan jenis iklan yang dianalisis.	20

F. Langkah-langkah Penelitian

Prosedur atau langkah-langkah penelitian merupakan rangkaian tahapan sistematis yang ditempuh oleh penulis dari awal hingga akhir pelaksanaan riset. Penentuan langkah-langkah ini bertujuan agar proses pencarian, pengolahan, hingga penyimpulan data berjalan secara runtut dan dapat dipertanggungjawabkan keilmiahannya. Sejalan dengan pandangan Sugiyono (2019:221), tahapan penelitian kualitatif pada umumnya bergerak melalui tiga fase utama, yaitu fase orientasi atau deskripsi, fase reduksi (fokus), dan fase seleksi (analisis mendalam) hingga bermuara pada penemuan solusi. Secara operasional, prosedur penelitian deskriptif kualitatif dalam riset ini dilaksanakan melalui tahapan berkesinambungan sebagai berikut:

1. Tahap Merumuskan Masalah dan Studi Pendahuluan Langkah awal penelitian

dimulai dengan mengidentifikasi masalah riil di lapangan mengenai terbatasnya keragaman contoh teks iklan kontemporer yang disajikan dalam buku paket peserta didik kelas VIII Kurikulum Merdeka. Pada tahap ini, penulis melakukan studi pendahuluan melalui wawancara semistruktur dengan guru-guru mata pelajaran Bahasa Indonesia di sekolah yang diobservasi guna mengonfirmasi urgensi pengembangan alternatif bahan ajar digital.

2. Tahap Menyusun Instrumen Penelitian Penulis menyusun rambu-rambu pengukuran berupa instrumen penunjang tertulis. Instrumen ini berbentuk tabel pedoman analisis yang memuat parameter kelengkapan empat unsur informasi iklan komersial, empat unsur informasi iklan nonkomersial, serta klasifikasi identifikasi kaidah kebahasaan kalimat persuasif dan kalimat imperatif yang telah dikunci sebelumnya. Selain itu, penulis juga menyusun lembar instrumen angket skala likert untuk keperluan uji validasi ahli pada akhir tahapan.
3. Tahap Mengumpulkan Data Digital Penulis melakukan penjelajahan langsung pada pangkalan data digital platform *Meta Ad Library*. Melalui teknik dokumentasi digital, penulis memilah, mengunduh, dan melakukan tangkapan layar terhadap sampel wacana teks iklan komersial dan nonkomersial yang aktif. Data kebahasaan verbal dari caption maupun teks visual kemudian ditranskripsikan secara akurat menggunakan teknik simak dan catat digital ke dalam kartu data penelitian.
4. Tahap Menganalisis dan Mereduksi Data Data mentah yang telah dikumpulkan kemudian dimasukkan ke dalam matriks lembar analisis data. Penulis mengklasifikasikan data berdasarkan jenis iklan, mendekonstruksi kelengkapan unsur informasinya, dan membedah fungsi teks kalimat persuasif serta kalimat imperatif secara kritis. Proses analisis ini dilakukan secara objektif dengan mengacu pada sintesis landasan teori para ahli linguistik dan kurikulum yang telah disusun pada Bab 2.
5. Tahap Membuat dan Memvalidasi Produk Bahan Ajar Hasil pemetaan dan analisis empiris dari teks iklan *Meta Ad Library* tersebut ditransformasikan

menjadi materi substantif dalam penyusunan draf alternatif bahan ajar Bahasa Indonesia materi teks iklan kelas VIII SMP/MTs. Bahan ajar yang telah selesai disusun kemudian diajukan kepada tim ahli, yang terdiri dari dosen ahli materi/pembelajaran dan guru praktisi, menggunakan instrumen angket untuk menguji dan mengukur tingkat kelayakan serta validitasnya.

6. Tahap Merumuskan Simpulan Langkah akhir dari penelitian ini adalah menarik simpulan definitif berdasarkan hasil analisis data dan hasil penilaian uji validitas bahan ajar. Penulis merumuskan simpulan mengenai karakteristik pemosisian unsur informasi serta kaidah kebahasaan teks iklan di *Meta Ad Library*, sekaligus menetapkan tingkat kelayakan produk yang dikembangkan sebagai alternatif bahan ajar pendukung Kurikulum Merdeka Fase D.

G. Waktu dan Tempat Penelitian

Pemilihan Pemilihan lokasi penelitian dalam riset kualitatif dimaksudkan untuk memperoleh gambaran faktual dan empiris terkait kebutuhan riil di lapangan, serta untuk menguji tingkat keterterimaan produk bahan ajar yang dikembangkan. Sejalan dengan pandangan Sukmadinata (2015:102), penentuan tempat penelitian harus didasarkan pada pertimbangan kesesuaian masalah dengan karakteristik lingkungan yang diteliti agar data yang diperoleh bersifat objektif dan representatif. Dalam penelitian ini, penetapan institusi pendidikan dibagi secara spesifik berdasarkan tahapan prosedur penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Lokasi Observasi Pra-Penelitian dan Wawancara Guru Untuk menggali data kebutuhan awal, mengidentifikasi kendala keterbatasan variasi bahan ajar, serta menyerap informasi mengenai karakteristik belajar peserta didik kelas VIII, penulis menetapkan lokasi observasi awal di tiga institusi pendidikan tingkat pertama di Kota Tasikmalaya, yaitu: a. SMP Negeri 17 Kota Tasikmalaya, yang beralamat di Jalan Letnan Harun, Sukamulya, Kecamatan Bungursari, Kota Tasikmalaya. b. MTs Terpadu Bojongnangka, yang beralamat di Jalan Bojongnangka, Sukamenak, Kecamatan Purbaratu, Kota Tasikmalaya. c. MTs Al-Khoeriyah Ciherang, yang beralamat di Ciherang, Sukamulya, Kecamatan

Bungursari, Kota Tasikmalaya. Ketiga sekolah tersebut murni diposisikan sebagai lokus studi pendahuluan untuk memperkuat argumentasi latar belakang masalah penelitian melalui teknik wawancara bersama guru praktisi Bahasa Indonesia.

2. Lokasi Uji Coba Produk Bahan Ajar (LKPD) dan Penentuan Validator Setelah alternatif bahan ajar selesai disusun berbasis analisis teks iklan dari platform *Meta Ad Library*, draf produk tersebut diujicobakan untuk mengukur keterbacaan dan kelayakan praktisnya. Lokasi yang ditetapkan secara sengaja untuk pelaksanaan tahapan uji coba LKPD ini adalah MTs Mu'min Ma'shum Cipeusar Kota Tasikmalaya.

Sebelum diujicobakan kepada peserta didik kelas VIII di sekolah sasaran tersebut, draf alternatif bahan ajar wajib melalui tahapan uji validitas ahli (*expert judgment*) menggunakan instrumen angket untuk mengukur tingkat kelayakan dari segi materi, kebahasaan, penyajian, dan kegrafikan. Guna mendapatkan hasil penilaian yang akuntabel dan komprehensif, penulis melibatkan tiga orang validator ahli yang terdiri atas: a. Satu orang dosen ahli dari Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi, yang bertindak sebagai validator akademisi untuk menguji kesesuaian teoretis-pedagogis materi. b. Satu orang guru mata pelajaran Bahasa Indonesia dari MTs Mu'min Ma'shum Cipeusar Kota Tasikmalaya, yang bertindak sebagai validator praktisi lapangan untuk menilai kesesuaian draf dengan karakteristik peserta didik di lokasi uji coba. c. Satu orang guru mata pelajaran Bahasa Indonesia kelas VIII dari SMP Negeri 2 Kota Tasikmalaya, yang bertindak sebagai validator praktisi eksternal untuk memberikan penilaian pembanding yang objektif dari institusi sekolah yang berbeda.

Adapun terkait lini masa pelaksanaan riset secara keseluruhan, mulai dari tahapan ekstraksi data teks iklan pada pangkalan data *Meta Ad Library*, proses penganalisisan unsur informasi dan kaidah kebahasaan, penyusunan draf LKPD, proses validasi oleh satu dosen dan dua guru ahli, tahap pelaksanaan uji coba keterbacaan di sekolah sasaran, hingga proses pelaporan penulisan skripsi akhir ini direncanakan dan

dieksekusi selama semester akademik berjalan pada tahun 2026. Seluruh rangkaian kegiatan ilmiah ini diselenggarakan di bawah naungan Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi.