

BAB 2 TINJAUAN TEORETIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Hakikat Membaca dan Memirsa dalam Pembelajaran Menyimpulkan Isi Teks Iklan Berdasarkan Kurikulum Merdeka

Dalam Kurikulum Merdeka, yang diperkenalkan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Mendikbud Ristek) Nadiem Anwar Makarim, memberikan kebebasan kepada guru memilih perangkat, metode, dan sumber belajar sesuai kebutuhan peserta didik. Kurikulum ini menyempurnakan kurikulum 2013 dengan fokus pembelajaran fleksibel, kontekstual, dan berpusat pada peserta didik bukan hafalan, melainkan berpikir kritis dan mengolah makna teks.

Pada pembelajaran Bahasa Indonesia kelas VIII, teks iklan merupakan salah satu genre teks persuasif yang bertujuan melatih literasi kritis peserta didik. Teks iklan memiliki fungsi persuasif, yaitu mempengaruhi pembaca dan pemirsa agar tertarik terhadap suatu produk, jasa, atau pesan tertentu. Oleh karena itu, pembelajaran teks iklan tidak hanya menekankan pada pengenalan struktur dan ciri kebahasaan, tetapi juga pada kemampuan peserta didik dalam memahami makna, tujuan, dan pesan yang terkandung di dalam teks.

Elemen membaca dan memirsa dalam Kurikulum Merdeka menuntut peserta didik untuk memahami informasi tersurat dan tersirat dari teks tulis dan visual, menafsirkan pesan persuasif, dan mengevaluasi informasi secara kritis sehingga mampu menyusun simpulan yang tepat dari teks iklan yang dibaca atau dipirsa.

Komponen Kurikulum Merdeka untuk pembelajaran teks iklan kelas VIII Yaitu Capaian pembelajaran (CP), Elemen Capaian Pembelajaran, Tujuan Pembelajaran (TP), dan Indikator Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (IKTP). Keempat komponen tersebut menjadi acuan dalam merancang modul pembelajaran melaksanakan pembelajaran kolaboratif, dan mengevaluasi pembelajaran.

2.1.2 Capaian Pembelajaran (CP)

Capaian pembelajaran (CP) merupakan kompetensi yang harus dicapai peserta didik pada setiap fase pendidikan. Capaian Pembelajaran menyediakan kerangka pembelajaran yang menjadi acuan bagi pendidik dalam mengembangkan proses pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik peserta didik. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi menjelaskan bahwa Capaian Pembelajaran adalah kemampuan yang harus dipenuhi peserta didik pada setiap fase.

Pada akhir fase D, peserta didik memiliki kemampuan berbahasa untuk berkomunikasi dan bernalar sesuai dengan tujuan, konteks sosial, dan akademis. Peserta didik mampu memahami, mengolah, dan menginterpretasi informasi dari berbagai topik dan karya sastra. Peserta didik juga mampu berpartisipasi aktif dalam diskusi, mempresentasikan gagasan, serta memberikan tanggapan terhadap teks nonfiksi maupun fiksi yang disajikan.

Selain itu, peserta didik diharapkan mampu menulis berbagai jenis teks untuk menyampaikan hasil pengamatan dan pengalaman secara terstruktur, serta mengekspresikan pengetahuan yang dimiliki. Melalui pemaparan berbagai jenis teks, peserta didik juga diarahkan untuk mengembangkan karakter dan meningkatkan kemampuan literasi.

2.1.3 Elemen Capaian pembelajaran

Dalam Kurikulum Merdeka, terdapat elemen capaian pembelajaran yang terbagi berdasarkan fase perkembangan di setiap jenjang pendidikan. Terdapat tujuh fase capaian pembelajaran dalam Kurikulum Merdeka, yaitu fase A, fase B, fase C, fase D, fase E, dan fase F, jenjang SMP masuk dalam fase D.

Terdapat empat elemen pembelajaran bahasa Indonesia pada fase D, diantaranya menyimak, membaca, berbicara dan mempresentasikan, dan menulis. Elemen dalam penelitian ini adalah elemen membaca dan memirsa.

Tabel 2.1 Capaian Pembelajaran Fase D Kurikulum Merdeka

Elemen	Capaian Pembelajaran
Membaca dan Memirsa	Peserta didik memahami informasi berupa gagasan, pikiran, pandangan, arahan atau pesan dari berbagai jenis teks deskripsi, narasi, puisi, eksplanasi dan eksposisi dari teks visual dan audiovisual untuk menemukan makna yang tersurat dan tersirat. Peserta didik menginterpretasikan informasi untuk mengungkapkan simpati, kepedulian, empati atau pendapat pro dan kontra dari teks visual dan audiovisual. Peserta didik menggunakan sumber informasi lain untuk menilai akurasi dan kualitas data serta membandingkan informasi pada teks. Peserta didik mampu mengeksplorasi dan mengevaluasi berbagai topik aktual yang dibaca dan dipirsa.

Berdasarkan elemen membaca dan memirsa pada teks iklan meliputi peserta didik untuk memahami, menafsirkan, dan mengevaluasi informasi dari teks visual dan audiovisual, termasuk teks iklan, sehingga peserta didik mampu menyusun simpulan secara tepat.

2.1.4 Tujuan Pembelajaran (TP)

Berdasarkan capaian pembelajaran yang telah diuraikan, tujuan pembelajaran pada materi menyimpulkan isi teks iklan dalam penelitian ini adalah agar peserta didik memiliki kemampuan mengidentifikasi informasi penting yang terdapat dalam teks iklan, menentukan tujuan dan pesan yang ingin disampaikan, menafsirkan makna berdasarkan keterkaitan unsur verbal dan visual, serta menyimpulkan isi teks iklan secara tepat dengan menggunakan bahasa yang efektif dan mudah dipahami.

2.1.5 Indikator Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (IKTP)

Setelah tujuan pembelajaran tersebut, indikator ketercapaian tujuan pembelajaran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Peserta didik mampu mengidentifikasi informasi penting berupa produk/jasa manfaat, dan sasaran iklan secara tepat.
- b. Peserta didik mampu menentukan tujuan dan pesan yang disampaikan dalam teks iklan secara jelas.
- c. Peserta didik mampu menafsirkan makna pesan iklan berdasarkan keterkaitan antara unsur verbal dan unsur visual secara logis.
- d. Peserta didik mampu menyimpulkan isi teks iklan berdasarkan informasi yang diperoleh dengan menggunakan bahasa yang efektif dan mudah dipahami.

2.2 Hakikat Teks Iklan

2.2.1 Pengertian Teks Iklan

Kosasih (2017:360) mengemukakan bahwa teks iklan merupakan jenis teks yang digunakan untuk menyampaikan pesan, gagasan, atau pikiran kepada orang lain dengan tujuan memengaruhi dan bersifat persuasif. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat senantiasa berinteraksi dengan berbagai jenis iklan, baik iklan komersial yang bertujuan menawarkan produk atau jasa maupun iklan nonkomersial yang berisi ajakan, informasi, atau pesan untuk kepentingan umum.

Teks iklan menjadi salah satu bentuk komunikasi yang dirancang untuk menyampaikan informasi sekaligus memengaruhi khalayak agar memberikan respons terhadap pesan yang disampaikan. Sejalan dengan pendapat tersebut, Setyawati (2018) menyatakan bahwa teks iklan merupakan media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada sasaran khalayak dengan tujuan memengaruhi, mempromosikan, mengingatkan, menginformasikan, melarang, membujuk, dan merayu agar khalayak memberikan respons sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Selain itu, Kriyantoro (dalam Widayani, 2020:7) menjelaskan bahwa iklan merupakan bentuk komunikasi nonpersonal yang menyampaikan pesan

persuasif dari sponsor yang jelas dengan tujuan memengaruhi masyarakat agar melakukan tindakan yang memberikan keuntungan bagi pihak pengiklan.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa teks iklan merupakan bentuk komunikasi persuasif yang digunakan untuk menyampaikan informasi, gagasan, atau pesan kepada khalayak dengan tujuan memengaruhi dan mendorong munculnya respons tertentu. Iklan tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi produk atau jasa, tetapi juga sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat, baik untuk kepentingan komersial maupun nonkomersial.

2.2.2 Jenis-Jenis Teks Iklan

Teks iklan dapat dibedakan menjadi dua jenis utama berdasarkan tujuannya, yaitu iklan komersial dan nonkomersial. Iklan komersial merupakan jenis iklan yang bertujuan mendukung kegiatan penjualan produk atau jasa melalui aktivitas jual beli. Sementara itu, iklan nonkomersial merupakan iklan yang berisi informasi, ajakan, atau imbauan kepada masyarakat untuk kepentingan umum tanpa berorientasi pada keuntungan ekonomi.

Menurut Kriyantoro (2013:38-39), iklan dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis, yaitu:

- 1) Iklan Komersial, yaitu iklan yang bersifat menjual produk atau jasa secara langsung. Yang termasuk ke dalam jenis ini antara lain iklan konsumen, iklan antarbisnis, iklan perdagangan, iklan pengecer, iklan respon langsung.
- 2) Iklan non-komersial, yaitu iklan yang bersifat tidak secara langsung menjual produk atau jasa. Iklan ini bersifat "*soft-selling*", yaitu lebih menjual citra (*image-selling*) bukan menjual produk (*hard-selling/product selling*). Diantaranya iklan public relation, iklan institusi, iklan layanan masyarakat, iklan lowongan pekerjaan.

Selanjutnya, Madjadikara (2020: 17) menjelaskan bahwa iklan komersial merupakan bentuk iklan promosi yang bertujuan mendukung

kegiatan pemasaran sebuah produk atau jasa. Iklan komersial yang disampaikan melalui media audio (radio) atau audiovisual (televisi) dalam bahasa inggris biasa disebut *commercial*. Sementara itu, iklan nonkomersial mencakup berbagai bentuk penyampaian informasi, seperti undangan tander, lowongan pekerjaan, dan sebagainya.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Lestari, dkk. (2021: 47-55) menyatakan bahwa iklan komersial bertujuan menarik perhatian masyarakat agar mengenal produk/jasa yang ditawarkan, sedangkan iklan nonkomersial mencakup iklan layanan masyarakat, sosiasal, dan budaya yang bertujuan menyampaikan informasi tertentu atau mengajak masyarakat melakukan suatu tindakan.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa teks iklan terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu iklan komersial dan iklan nonkomersial. Iklan komersial berorientasi pada kegiatan promosi dan pemasaran produk atau jasa dengan tujuan mendorong terjadinya transaksi jual beli. Sementara itu, iklan nonkomersial berorientasi pada penyampaian informasi, ajakan, atau pesan yang berkaitan dengan kepentingan sosial, pendidikan, budaya, maupun pelayanan publik. Dengan demikian, perbedaan utama kedua jenis iklan tersebut terletak pada tujuan penyampaianannya, yaitu iklan komersial berfokus pada aspek pemasaran, sedangkan iklan nonkomersial berfokus pada penyampaian informasi dan pembentukan kesadaran masyarakat.

2.2.3 Unsur-unsur Teks Iklan

Teks iklan merupakan bentuk komunikasi yang dirancang untuk menyampaikan informasi dan memengaruhi masyarakat melalui penyajian pesan secara menarik. Menurut Shimp (2014: 180), Iklan merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku audiens terhadap suatu produk, jasa, maupun gagasan. Sejalan dengan pendapat tersebut, Kotler dan Keller (2016: 582) menyatakan bahwa iklan merupakan segala bentuk penyajian dan promosi nonpersonal mengenai ide, barang, atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu melalui berbagai

media komunikasi.

Dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, sebuah iklan dibangun oleh beberapa unsur yang saling berkaitan sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh pembaca atau pendengar. Menurut Kemendikbud, (2016), unsur-unsur pembentuk iklan sebagai berikut.

- 1) Sumber, yaitu pihak yang memasang sekaligus membiayai iklan.
- 2) Pesan, yaitu informasi yang disampaikan, baik berupa pesan verbal maupun nonverbal.
- 3) Media, yaitu sarana penyampaian iklan, seperti media cetak, elektronik, maupun media digital.
- 4) Penerima, yaitu individu atau kelompok yang menjadi sasaran iklan.
- 5) Efek, yaitu perubahan yang terjadi pada penerima setelah memperoleh pesan, baik dalam aspek pengetahuan, sikap, maupun perilaku.
- 6) Umpan balik, yaitu respons yang diberikan oleh penerima terhadap pesan yang disampaikan, misalnya membeli produk, menggunakan jasa, atau mengikuti ajakan yang terdapat dalam iklan.

Selain unsur-unsur komunikasi tersebut, sebuah iklan juga dibangun oleh unsur penyusun yang menjadi media penyampaian pesan, yaitu unsur verbal dan unsur visual. Kedua unsur tersebut saling melengkapi sehingga informasi dalam iklan dapat dipahami dengan mudah oleh pembaca. Menurut Madjadikara (2020:21), unsur verbal merupakan bagian iklan yang menggunakan bahasa sebagai media penyampaian pesan, baik berupa kata, frasa, kalimat, slogan, maupun informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur verbal berfungsi memberikan penjelasan secara langsung kepada pembaca mengenai tujuan, manfaat, serta ajakan yang ingin disampaikan dalam iklan.

Sementara itu, unsur visual merupakan bagian iklan yang menggunakan tampilan grafis, seperti gambar, ilustrasi, warna, logo, tipografi, maupun tata letak sebagai pendukung penyampaian pesan. Unsur visual berfungsi menarik perhatian khalayak, memperkuat makna pesan, serta membantu pembaca memahami informasi yang disampaikan secara lebih efektif (Madjadikara, 2020:21).

Berdasarkan beberapa para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur teks iklan merupakan komponen yang saling berkaitan dalam proses penyampaian informasi kepada masyarakat. Unsur tersebut meliputi sumber, pesan, media, penerima, efek, dan umpan balik sebagai unsur komunikasi, serta didukung oleh unsur verbal dan unsur visual sebagai penyusun pesan iklan. Keseluruhan unsur tersebut berperan dalam menyampaikan informasi secara jelas, menarik, dan persuasif sehingga tujuan iklan dapat tercapai.

2.2.4 Karakteristik Teks Iklan

Teks iklan yang sesuai dengan jenisnya yaitu komersial dan nonkomersial harus sesuai dengan karakteristik iklan yang baik. Menurut Widhayani (2020:10) menjelaskan teks iklan yang baik harus memiliki kriteria di bawah ini.

- 1) Mempunyai sasaran yang jelas dengan menentukan target konsumen ada target utama dan target kedua ini juga untuk menentukan media pasang iklan dan penetapan target konsumen tergantung pada kualitas, harga, distribusi (jangkauan pemasaran).
- 2) Mempunyai fokus atas hal yang ingin dikomunikasikan dari produk dan jasa yang diiklankan.
- 3) Mempunyai daya tarik tertentu hingga konsumen yang disarankan bisa berhenti untuk memperhatikan isi iklan, selain kata menarik, daya tarik iklan muncul dari desain layout yang menarik.
- 4) Komunikasi iklan memiliki empat unsur utama, yaitu (1) pengirim iklan adalah produsen atau dalam bisnis periklanan diwakili biro iklan. (2) isi iklan ada *headline* kalimat singkat tidak lebih dari 10 kata dan diharapkan konsumen langsung dapat banyak informasi mengenai produk dan jasa (3) media komunikasi tempat iklan disajikan di media cetak, media elektronik atau media lainnya antara lain media internet dan *billboard*.
- 5) Iklan merupakan teks persuasif yang memadukan unsur gambar, dengan kata-kata, gerak, dan suara.
- 6) Selain itu, iklan harus menciptakan iklan yang bisa menarik perhatian banyak orang sekaligus menciptakan pelanggan tentunya diperlukan materi yang mempunyai daya tarik yang kuat dan dilakukan sesuai kebenaran atas yang diinformasikan.

Menurut Heryantono (2021:60) Karakteristik teks iklan.

- 1) Kalimat persuasif, yaitu kalimat yang memiliki unsur membujuk dan meyakinkan pembaca agar melaksanakan atau menerima gagasan penulis terhadap suatu hal.
- 2) Menggunakan subjek orang pertama seperti aku, saya, dan kami untuk menggantikan pihak atau instansi.
- 3) Bahasa komunikatif, yaitu bahasa yang mudah dipahami, dicerna, dan dimengerti.

Menurut Rahman (2021: 59), teks iklan merupakan bentuk pesan yang disampaikan melalui berbagai media dengan tujuan menawarkan suatu produk kepada masyarakat. Berbeda dengan pengumuman biasa yang hanya menyampaikan informasi, teks iklan dirancang untuk memengaruhi atau membujuk khalayak agar tertarik menggunakan atau membeli produk maupun jasa yang ditawarkan. Selain itu, teks iklan memiliki beberapa karakteristik, yaitu sebagai sarana informasi untuk mengenalkan produk beserta keunggulannya, sebagai sarana persuasi untuk mendorong konsumen melakukan pembelian, serta sebagai pengingat (reminder) agar konsumen tetap mengingat dan menggunakan produk tertentu.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa teks iklan tidak hanya memiliki beragam jenis, tetapi juga memiliki karakteristik yang membedakannya dari bentuk teks lainnya. Karakteristik tersebut tercermin pada tujuan penyampaian pesan, penggunaan bahasa yang persuasif, sasaran yang dituju, serta strategi komunikasi yang digunakan untuk memengaruhi dan menarik perhatian masyarakat.

2.2.5 Hakikat Menyimpulkan Isi Teks Iklan

Salah satu capaian pembelajaran yang harus dicapai oleh peserta didik kelas VIII SMP Negeri 20 Tasikmalaya sesuai dengan Kurikulum Merdeka adalah menyimpulkan isi teks iklan. Menyimpulkan isi teks iklan merupakan kemampuan memahami keseluruhan inti pesan yang ingin disampaikan secara singkat, jelas, dan sesuai dengan makna yang terkandung di dalamnya.

Menurut Tarigan (2015), menyimpulkan merupakan kegiatan menemukan gagasan pokok atau inti informasi dari suatu bacaan, kemudian mengungkapkannya kembali secara ringkas dengan menggunakan bahasa sendiri tanpa mengubah makna yang terkandung di dalamnya. Sejalan dengan pendapat tersebut, Dalman (2017), menyatakan bahwa menyimpulkan adalah proses memahami isi bacaan secara menyeluruh, memilih informasi yang paling penting, kemudian menyusun kembali informasi tersebut menjadi suatu pernyataan yang singkat, jelas, dan mudah dipahami. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa menyimpulkan merupakan kemampuan memahami keseluruhan isi suatu teks, mengidentifikasi informasi penting, kemudian menyajikannya kembali secara ringkas dengan menggunakan bahasa sendiri tanpa menghilangkan ataupun mengubah makna yang ingin disampaikan.

Dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, kemampuan menyimpulkan tidak hanya diterapkan pada teks bacaan naratif atau eksposisi, tetapi juga pada teks iklan. Menyimpulkan isi teks iklan merupakan kemampuan memahami keseluruhan isi, tujuan, serta pesan yang terdapat dalam iklan, kemudian menyampaikan kembali inti informasi tersebut secara singkat, jelas, dan tepat. Proses tersebut tidak hanya dilakukan dengan mengambil sebagian informasi yang tertulis, melainkan melibatkan kegiatan memahami hubungan antara informasi penting, tujuan penyampaian iklan, serta makna yang dibangun melalui unsur verbal dan unsur visual sehingga diperoleh pemahaman yang utuh terhadap isi iklan.

Menurut Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (2022), peserta didik pada Fase D diharapkan mampu memahami informasi, menafsirkan makna, serta mengevaluasi isi berbagai jenis teks multimodal, termasuk teks iklan. Oleh karena itu, dalam menyimpulkan isi teks iklan peserta didik dituntut mampu mengintegrasikan informasi yang diperoleh dari unsur verbal maupun unsur visual agar dapat memahami pesan yang ingin disampaikan pembuat iklan secara tepat.

Sebelum menyimpulkan isi teks iklan, peserta didik perlu melakukan beberapa tahapan agar memperoleh pemahaman yang utuh terhadap isi iklan. Tahapan tersebut meliputi sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi informasi penting dalam teks iklan. Pada tahap ini peserta didik membaca atau mengamati teks iklan secara cermat untuk menemukan informasi pokok yang terdapat di dalamnya. Informasi tersebut meliputi produk, jasa, atau layanan yang diiklankan, manfaat atau keunggulan yang ditawarkan, serta sasaran yang dituju oleh iklan. Tahap ini bertujuan memberikan gambaran awal mengenai isi iklan sebelum dilakukan analisis yang lebih mendalam.
2. Menentukan tujuan dan pesan iklan. Setelah memperoleh informasi penting, peserta didik menganalisis tujuan penyampaian iklan, apakah bertujuan menawarkan produk atau jasa, memberikan informasi, mengajak masyarakat melakukan suatu tindakan, atau memberikan imbauan. Selanjutnya peserta didik menentukan pesan utama yang ingin disampaikan pembuat iklan sehingga makna keseluruhan iklan dapat dipahami secara tepat.
3. Menafsirkan makna berdasarkan unsur verbal dan visual. Pada tahap ini peserta didik mengidentifikasi unsur verbal, seperti judul, slogan, kalimat persuasif, serta informasi tertulis lainnya. Selain itu, peserta didik juga mengamati unsur visual berupa gambar, ilustrasi, warna, simbol, maupun tata letak yang terdapat dalam iklan. Kedua unsur tersebut kemudian dihubungkan sehingga peserta didik memperoleh pemahaman yang utuh mengenai makna dan pesan yang ingin disampaikan melalui iklan.
4. Menyimpulkan isi teks iklan. Tahap terakhir dilakukan dengan menyusun simpulan berdasarkan informasi penting, tujuan, dan pesan yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya. Simpulan disajikan secara ringkas menggunakan bahasa yang efektif, jelas, dan formal tanpa mengubah makna yang terdapat dalam teks iklan sehingga mampu menggambarkan keseluruhan isi iklan secara tepat.

Kemampuan menyimpulkan isi teks iklan menuntut peserta didik untuk membaca atau mengamati iklan secara cermat, memilih informasi yang paling penting, menghubungkan setiap informasi yang diperoleh, kemudian menyusunnya kembali menjadi sebuah simpulan menggunakan bahasa yang efektif dan mudah dipahami. Oleh karena itu, menyimpulkan isi teks iklan bukan sekedar menyalin isi iklan, melainkan hasil dari proses memahami, menganalisis, dan mengolah informasi sehingga diperoleh gambaran umum mengenai isi, tujuan, dan pesan yang terkandung dalam iklan. Berikut contoh menyimpulkan isi teks iklan.



Gambar 1.1 Contoh Menyimpulkan Isi Teks Iklan

Iklan tersebut merupakan iklan komersial yang menawarkan produk minuman Teh Pucuk Harum. Produk ini dibuat dari pucuk daun teh pilihan yang memberikan manfaat berupa rasa teh yang segar dan nikmat, serta ditujukan kepada masyarakat yang menyukai minuman teh siap saji. Tujuan iklan adalah menarik minat masyarakat untuk membeli produk, sedangkan pesannya menegaskan bahwa Teh Pucuk Harum merupakan minuman teh berkualitas yang terbuat dari pucuk daun teh pilihan. Makna tersebut diperkuat oleh keterkaitan unsur verbal dan visual berupa gambar perkebunan teh yang menunjukkan kualitas bahan baku. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa iklan ini bertujuan meyakinkan masyarakat untuk memilih Teh Pucuk Harum karena kualitas dan kesegarannya.

2.3 Hakikat Genre Based Approach (GBA)

Genre Based Approach (GBA) merupakan pendekatan pembelajaran bahasa yang menekankan pada penguasaan berbagai jenis teks (genre) melalui pemahaman terhadap tujuan sosial, struktur teks, dan ciri kebahasaan

yang dimiliki setiap genre. Menurut Hyland (2007), pembelajaran berbasis genre membantu peserta didik memahami bagaimana bahasa digunakan dalam konteks sosial untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Oleh karena itu, pembelajaran tidak hanya berfokus pada aspek tata bahasa, tetapi juga pada fungsi bahasa dalam kehidupan nyata.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Emilia (2011), *Genre Based Approach* merupakan pendekatan pembelajaran yang berorientasi pada penguasaan berbagai jenis teks melalui pemahaman terhadap fungsi sosial, struktur teks, dan ciri kebahasaan. Pembelajaran dilaksanakan secara bertahap melalui pemberian *scaffolding* oleh guru sehingga peserta didik mampu memahami dan menggunakan suatu genre secara mandiri.

Slamet (2012: 56-57) mengemukakan bahwa *Genre Based Approach* (GBA) bertujuan untuk mempersiapkan peserta didik memahami penggunaan bahasa yang berfokus pada bagaimana bahasa digunakan untuk mencapai berbagai tujuan sosial, seperti menjelaskan, menceritakan, atau memaparkan suatu informasi. Dengan demikian, peserta didik tidak hanya memahami bentuk bahasa, tetapi juga mampu menggunakan bahasa sesuai dengan konteks komunikasinya.

Dalam konteks pembelajaran teks iklan, *Genre Based Approach* (GBA) membantu peserta didik memahami bahwa iklan merupakan teks persuasif yang memiliki fungsi sosial untuk memengaruhi pembaca atau pendengar. Melalui pendekatan ini, peserta didik mempelajari tujuan sosial, struktur teks, ciri kebahasaan, serta hubungan antara unsur verbal dan unsur visual sehingga mampu memahami isi teks secara menyeluruh.

Pendekatan *Genre Based Approach* sangat relevan dengan keterampilan menyimpulkan isi teks iklan. Untuk menyusun simpulan yang tepat, peserta didik perlu memahami informasi penting, tujuan, pesan, serta penggunaan unsur verbal dan unsur visual yang membangun makna dalam iklan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap karakteristik genre menjadi dasar bagi peserta didik sebelum melakukan kegiatan menyimpulkan isi teks.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Genre Based Approach* (GBA) merupakan pendekatan pembelajaran yang menekankan pemahaman terhadap tujuan sosial, struktur teks, dan ciri kebahasaan suatu genre melalui tahapan pembelajaran yang sistematis. Dalam penelitian ini, *Genre Based Approach* (GBA) berfungsi sebagai landasan teoretis yang membekali peserta didik dalam memahami karakteristik teks iklan sebelum menerapkan model *Problem Based Learning* (PBL) untuk meningkatkan kemampuan menyimpulkan isi teks iklan.

2.3.1 Tahapan Pembelajaran *Genre Based Approach* (GBA)

Genre Based Approach (GBA) dilaksanakan melalui tahapan pembelajaran yang sistematis untuk membantu peserta didik memahami karakteristik suatu teks hingga mampu menggunakannya secara mandiri. Menurut Feez dan Joyce (1998), tahapan pembelajaran dalam *Genre Based Approach* (GBA) terdiri atas Building Knowledge of the Field (BKOF), Modeling of the Text (MOT), Joint Construction of the Text (JCOT), dan Independent Construction of the Text (ICOT). Pendapat tersebut sejalan dengan Hammond dan Macken Horarik (dalam Yang, 2016), yang menyatakan bahwa keempat tahapan tersebut dirancang untuk membangun pengetahuan peserta didik secara bertahap. Mulai dari pengenalan konteks hingga kemampuan memahami atau menghasilkan teks secara mandiri. Terdapat empat tahapan dalam *Genre Based Approach* (GBA), yaitu:

1) *Building Knowledge of the field* (BKOF)

Pada tahap ini, bertujuan untuk membangun pengetahuan awal peserta didik mengenai topik yang akan dipelajari melalui diskusi, tanya jawab, maupun penyajian berbagai sumber informasi. Pada tahap ini guru membantu peserta didik memahami konteks sosial, tujuan, serta kosakata yang berkaitan dengan teks. Dalam pembelajaran menyimpulkan isi teks iklan, tahap BKOF dilakukan dengan mengenalkan tujuan iklan, sasaran iklan, pesan utama, serta karakteristik iklan melalui berbagai contoh sehingga peserta didik memiliki pengetahuan awal sebelum melakukan analisis.

2) *Modeling of the Text (MOT)*

Guru memberikan contoh teks sebagai model agar peserta didik memahami tujuan sosial, struktur teks, dan ciri kebahasaannya. Guru bersama peserta didik menganalisis teks secara sistematis sehingga peserta didik memperoleh gambaran mengenai karakteristik suatu genre. Dalam penelitian ini, tahap MOT digunakan untuk membimbing peserta didik menganalisis teks iklan dengan mengidentifikasi informasi penting, tujuan, pesan, serta unsur verbal dan visual sebagai dasar dalam menyusun simpulan.

3) *Joint Construction of the Text (JCOT)*

Kegiatan kolaboratif antara guru dan peserta didik atau antarpeserta didik dalam memahami maupun menyusun teks. Pada tahap ini guru memberikan bimbingan sehingga peserta didik mampu menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya. Dalam pembelajaran menyimpulkan isi teks iklan, peserta didik berdiskusi secara berkelompok untuk menganalisis isi iklan dan menyusun simpulan bersama.

4) *Independent Construction of the Text (ICOT)*

Pada tahap ini, peserta didik mampu menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari secara mandiri. Guru memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk menunjukkan penguasaan terhadap suatu genre tanpa banyak bantuan. Dalam penelitian ini, peserta didik secara mandiri menyimpulkan isi teks iklan berdasarkan pemahaman mengenai tujuan, struktur, pesan, serta unsur verbal dan visual yang telah dipelajari pada tahap sebelumnya.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Genre Based Approach* (GBA) memiliki empat tahapan dalam proses pembelajaran, yaitu *Building Knowledge of the Field* (BKOF), *Modeling of the Text* (MOT), *Joint Construction of the Text* (JCOT), dan *Independent Construction of the Text* (ICOT). Keempat tahapan tersebut dilaksanakan secara sistematis untuk membantu peserta didik memahami

karakteristik, struktur, serta penggunaan suatu teks hingga mampu menghasilkan teks secara mandiri. Namun, dalam penelitian ini tidak seluruh tahapan GBA diterapkan. Pembelajaran menyimpulkan isi teks iklan hanya memanfaatkan tahap *Modeling of the Text* (MOT) dan *Independent Construction of the Text* (ICOT). Tahap MOT diterapkan untuk membimbing peserta didik memahami struktur, tujuan, pesan, serta unsur verbal dan visual dalam teks iklan, sedangkan tahap ICOT digunakan untuk mengetahui kemampuan peserta didik dalam menyimpulkan isi teks iklan secara mandiri berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya.

2.3.2 Hubungan Genre Based Approach (GBA) dengan Problem Based Learning (PBL)

Genre Based Approach (GBA) dan *Problem Based Learning* (PBL) merupakan dua pendekatan yang memiliki karakter berbeda namun saling melengkapi dalam pembelajaran bahasa:

a. GBA (Landasan Teoretis)

GBA digunakan sebagai kerangka teoretis untuk memahami karakteristik teks iklan, termasuk tujuan sosial, struktur genre, dan ciri kebahasaan. Pemahaman ini menjadi dasar agar peserta didik dapat menganalisis pesan iklan secara tepat sebelum diterapkan dalam pembelajaran.

b. PBL (Model Pembelajaran)

PBL adalah model pembelajaran yang mengorganisasi proses belajar melalui penyajian masalah kontekstual. Dalam pembelajaran teks iklan, PBL menyajikan masalah nyata yang menuntut peserta didik menganalisis pesan iklan, berdiskusi secara kolaboratif, dan menarik simpulan berdasarkan data yang ditemukan. Dalam penelitian ini, *Genre Based Approach* (GBA) berfungsi sebagai landasan teoretis, sedangkan *Problem Based Learning* (PBL) digunakan sebagai strategi praktis untuk menyelesaikan masalah kontekstual melalui analisis teks iklan. Keduanya diharapkan dapat meningkatkan kemampuan peserta didik dalam

menyimpulkan isi teks iklan secara runtut, lengkap dan tepat.

2.4 Hakikat Model Pembelajaran *Problem Based Learning*

2.4.1 Pengertian Model Pembelajaran *Problem Based Learning*

Model pembelajaran *Problem Based Learning* (PBL) merupakan model pembelajaran yang menyajikan permasalahan kepada peserta didik untuk dianalisis dan diselesaikan melalui proses pemecahan masalah. Melalui kegiatan tersebut, peserta didik memperoleh pengalaman belajar secara langsung, memahami informasi, serta mengembangkan kemampuan berpikir kritis dalam menyelesaikan masalah.

Duch (dalam Shoimin, 2014:130) menjelaskan bahwa *Problem Based Learning* (PBL) atau pembelajaran berbasis masalah merupakan model pembelajaran yang menggunakan permasalahan nyata sebagai konteks belajar bagi peserta didik untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis, keterampilan memecahkan masalah, serta memperoleh pengetahuan baru. Sejalan dengan pendapat tersebut, Shoimin (2014:130) menyatakan bahwa *Problem Based Learning* merupakan model pembelajaran yang mengarahkan peserta didik untuk belajar melalui permasalahan yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari.

Selanjutnya, Sofyan, dkk. (2017:48) mengemukakan bahwa *Problem Based Learning* (PBL) merupakan pendekatan pembelajaran yang diawali dengan penyajian suatu permasalahan. Dalam proses penyelesaian masalah tersebut, peserta didik dituntut untuk memperoleh dan menggunakan pengetahuan baru agar mampu menemukan solusi yang tepat.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Problem Based Learning* (PBL) merupakan model pembelajaran yang menjadikan permasalahan nyata sebagai dasar dalam proses pembelajaran. Melalui model ini, peserta didik didorong untuk berpikir kritis, mencari informasi, memperoleh pengetahuan baru, serta memecahkan masalah secara aktif sehingga mampu membangun pemahaman berdasarkan pengalaman belajar yang diperoleh.

2.4.2 Langkah-Langkah Model Pembelajaran *Problem Based Learning*

Setiap model pembelajaran memiliki tahapan atau prosedur yang perlu diterapkan agar pelaksanaannya dapat berjalan secara sistematis. Dalam penerapan model *Problem Based Learning* (PBL), beberapa ahli mengemukakan langkah-langkah yang dapat dijadikan pedoman dalam pembelajaran.

Shoimin (2024:131) menjelaskan bahwa penerapan model *Problem Based Learning* (PBL) terdiri atas beberapa tahapan, yaitu:

- 1) Guru menyampaikan tujuan pembelajaran, menjelaskan kebutuhan pembelajaran, serta memberikan motivasi kepada peserta didik agar terlibat dalam kegiatan pemecahan masalah yang telah ditentukan.
- 2) Guru membantu peserta didik dalam memahami dan mengorganisasi tugas belajar yang berkaitan dengan permasalahan, seperti menentukan topik, pembagian tugas, dan penyusunan jadwal kegiatan.
- 3) Guru membimbing peserta didik dalam melakukan penyelidikan serta membantu menyiapkan hasil karya atau laporan yang sesuai dengan permasalahan yang dikaji.
- 4) Guru membimbing peserta didik untuk menyajikan hasil penyelidikan dan berbagi tugas dengan anggota kelompok.
- 5) Guru membantu peserta didik melakukan refleksi serta evaluasi terhadap proses penyelidikan dan pemecahan masalah yang telah dilakukan.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Sofyan, dkk. (2017:58) mengemukakan bahwa langkah-langkah model *Problem Based Learning* meliputi:

- 1) Mengarahkan peserta didik untuk memahami dan mengidentifikasi permasalahan yang diberikan.
- 2) Mengorganisasi peserta didik agar siap mengikuti proses pembelajaran dan menyelesaikan permasalahan secara individu maupun kelompok.
- 3) Membimbing peserta didik dalam melakukan penyelidikan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam memecahkan masalah.

- 4) Membantu peserta didik mengembangkan serta menyajikan hasil pemecahan masalah.
- 5) Melakukan analisis dan evaluasi terhadap proses pemecahan masalah yang telah dilakukan. Menuntut peserta didik untuk menyelesaikan masalah dengan berpikir kritis dan terampil.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa model *Problem Based Learning* memiliki lima tahapan utama, yaitu orientasi peserta didik terhadap masalah, pengorganisasian kegiatan belajar, penyelidikan masalah, penyajian hasil pemecahan masalah, serta evaluasi terhadap proses pembelajaran. Tahapan tersebut memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk berpikir kritis, memperoleh informasi, bekerja sama, dan menemukan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.

Berdasarkan tahapan model *Problem Based Learning* (PBL) yang telah dikemukakan oleh para ahli tersebut, penulis menyusun langkah-langkah penerapan model *Problem Based Learning* yang disesuaikan dengan materi pembelajaran menyimpulkan isi teks iklan dalam penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 2.2

**Penggunaan Model Pembelajaran *Problem Based Learning* dalam pembelajaran menyimpulkan isi teks iklan
Siklus 1**

Kegiatan Pembelajaran	Langkah-langkah Pembelajaran
Pendahuluan (25 menit)	1. Peserta didik mempersiapkan diri untuk mengikuti kegiatan pembelajaran. 2. Peserta didik bersama guru berdoa sebelum kegiatan pembelajaran dimulai. 3. Peserta didik melakukan pengecekan kehadiran peserta didik. 4. Peserta didik bersama guru melakukan apersepsi

	terkait materi pembelajaran sebelumnya. 5. Peserta didik menyimak tujuan pembelajaran, langkah-langkah kegiatan pembelajaran, serta penilaian yang digunakan.
Inti (70 menit)	1. Mengorientasikan Peserta Didik Terhadap Masalah a. Peserta didik mengamati teks atau gambar iklan yang diberikan guru untuk mengidentifikasi permasalahan terkait informasi, pesan, dan tujuan iklan. b. Peserta didik dan guru bertanya jawab terkait gambar iklan komersial 2. Mengorganisasikan Peserta Didik untuk Belajar a. Peserta didik membentuk kelompok yang terdiri atas 4-5 orang. b. Peserta didik mencermati LKPD yang telah diberikan oleh guru. c. Peserta didik menyimak cara mengerjakan LKPD yang disampaikan oleh guru. 3. Membimbing Penyelidikan Individual maupun Kelompok a. Peserta didik membaca teks iklan yang telah diberikan oleh guru. b. Peserta didik melakukan penyelidikan melalui kegiatan diskusi kelompok dengan bertukar pendapat untuk mengidentifikasi informasi penting, tujuan, pesan, serta unsur verbal dan visual dalam teks iklan sebagai dasar penyusunan simpulan. c. Guru memantau keterlibatan peserta didik

	dalam mengumpulkan data selama proses penyelidikan. 4. Mengembangkan dan Menyajikan Hasil Karya - Peserta didik menyajikan hasil analisis dan simpulan isi teks iklan berdasarkan hasil diskusi kelompok. - Peserta didik secara bergiliran mempresentasikan hasil kerja kelompoknya. - Kelompok lain memberikan tanggapan. - Guru memberikan penguatan tentang cara menyusun simpulan yang tepat. 5. Menganalisis dan Mengevaluasi Proses Pemecahan Masalah - Peserta didik bersama guru melakukan evaluasi terhadap hasil analisis dan simpulan isi teks iklan yang telah dipresentasikan oleh setiap kelompok. - Peserta didik memberikan tanggapan, masukan, dan komentar terhadap hasil kerja kelompok lain. - Peserta didik bersama guru melakukan refleksi terhadap proses diskusi dan pemecahan masalah yang telah dilakukan. - Peserta didik memperbaiki hasil kerja kelompok berdasarkan masukan dan arahan yang diberikan.
Penutup (25 menit)	- Peserta didik bersama guru melakukan refleksi terhadap proses dan hasil pembelajaran yang telah dilaksanakan. - Peserta didik mengerjakan <i>posttest</i> secara individu dalam bentuk soal uraian untuk

	mengetahui kemampuan menyimpulkan isi teks iklan. 3. Peserta didik bersama guru melakukan evaluasi terhadap kegiatan pembelajaran yang telah berlangsung. 4. Peserta didik menyimak penyampaian guru mengenai rencana kegiatan pembelajaran pada pertemuan berikutnya. 5. Peserta didik bersama guru berdoa untuk mengakhiri kegiatan pembelajaran. 6. Guru menutup kegiatan pembelajaran.
--	---

Tabel 2.3
Penggunaan Model Pembelajaran *Problem Based Learning* dalam
pembelajaran menyimpulkan isi teks iklan
Siklus 2

Kegiatan Pembelajaran	Langkah-langkah Pembelajaran
Pendahuluan (25 menit)	1. Peserta didik mempersiapkan diri untuk mengikuti kegiatan pembelajaran. 2. Peserta didik bersama guru berdoa sebelum pembelajaran dimulai. 3. Peserta didik melakukan pengecekan kehadiran. 4. Peserta didik bersama guru melakukan apersepsi mengenai pembelajaran sebelumnya. 5. Peserta didik menyimak penyampaian tujuan pembelajaran, langkah-langkah pembelajaran, serta penilaian yang digunakan.
Inti (70 menit)	1. Mengorientasikan Peserta Didik terhadap Masalah

	a. Peserta didik mengamati teks atau gambar iklan nonkomersial yang diberikan guru untuk menumbuhkan rasa ingin tahu terhadap permasalahan dalam teks iklan. b. Peserta didik bersama guru melakukan tanya jawab mengenai informasi, tujuan, dan pesan yang terdapat dalam iklan nonkomersial.
	2. Mengorganisasikan Peserta Didik untuk Belajar a. Peserta didik membentuk kelompok yang terdiri atas 4-5 orang. b. Peserta didik mencermati LKPD yang diberikan oleh guru c. Peserta didik menyimak penjelasan guru mengenai langkah-langkah pengerjaan LKPD.
	3. Membimbing Penyelidikan Individual maupun Kelompok a. Peserta didik membaca dan memahami teks iklan nonkomersial yang diberikan oleh guru. b. Peserta didik melakukan penyelidikan melalui diskusi kelompok dengan bertukar pendapat untuk mengidentifikasi informasi penting, tujuan, pesan, serta unsur verbal dan visual sebagai dasar dalam menyimpulkan isi teks iklan. c. Guru membimbing dan memantau keterlibatan peserta didik selama proses penyelidikan.
	4. Mengembangkan dan Menyajikan Hasil Karya a. Peserta didik menuangkan hasil analisis dan

	simpulan isi teks iklan ke dalam LKPD. b. Peserta didik mempresentasikan hasil diskusi kelompoknya secara bergiliran. c. Kelompok lain memberikan tanggapan terhadap hasil presentasi. d. Guru memberikan penguatan mengenai cara menyusun simpulan isi teks iklan secara lengkap dan tepat. 5. Menganalisis dan Mengevaluasi Proses Pemecahan Masalah a. Peserta didik bersama guru melakukan evaluasi terhadap hasil analisis dan simpulan isi teks iklan yang telah dipresentasikan. b. Peserta didik memberikan masukan dan komentar terhadap hasil kerja kelompok lain. c. Peserta didik memperbaiki hasil kerja kelompok berdasarkan masukan dan arahan yang diberikan.
Penutup (25 menit)	1. Peserta didik bersama guru melakukan refleksi terhadap proses dan hasil pembelajaran yang telah dilaksanakan. 2. Peserta didik mengerjakan <i>posttest</i> berupa soal uraian secara individu untuk mengukur kemampuan menyimpulkan isi teks iklan. 3. Peserta didik bersama guru melakukan evaluasi terhadap kegiatan pembelajaran yang telah berlangsung. 4. Peserta didik menyimak penyampaian guru mengenai rencana pembelajaran pada pertemuan berikutnya. 5. Peserta didik bersama guru berdoa untuk

	mengakhiri kegiatan pembelajaran.
	6. Guru menutup kegiatan pembelajaran.

2.4.3 Kelebihan dan Kelemahan Model *Problem Based Learning*

Setiap model pembelajaran memiliki kelebihan dan keterbatasan dalam penerapannya, termasuk model pembelajaran *Problem Based Learning* (PBL). Kelebihan dan kekurangan model ini perlu dipahami agar penerapannya dapat disesuaikan dengan tujuan pembelajaran.

Shoimin (2014:132) mengemukakan bahwa model pembelajaran *Problem Based Learning* memiliki beberapa kelebihan, yaitu sebagai berikut.

- 1) Mendorong peserta didik untuk memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan situasi nyata.
- 2) Membantu peserta didik membangun pengetahuannya sendiri melalui proses pembelajaran yang aktif.
- 3) Menjadikan pembelajaran lebih berfokus pada permasalahan sehingga peserta didik mempelajari materi yang sesuai dengan kebutuhan pemecahan masalah.
- 4) Mendorong terjadinya aktivitas ilmiah melalui kegiatan diskusi dan kerja kelompok.
- 5) Membiasakan peserta didik memanfaatkan berbagai sumber informasi, seperti buku, internet, wawancara, maupun hasil pengamatan.
- 6) Membantu peserta didik melakukan evaluasi terhadap perkembangan kemampuan belajarnya sendiri.

Selanjutnya, Johnson dan Johnson (dalam Sofyan, dkk., 2017:60) menjelaskan bahwa model *Problem Based Learning* memiliki beberapa kelebihan, yaitu:

- 1) Meningkatkan kemampuan peserta didik dalam memecahkan masalah melalui keterlibatan langsung pada tugas-tugas pemecahan masalah yang kompleks.
- 2) Mengembangkan kemampuan kolaborasi atau kerja sama kelompok melalui kegiatan merencanakan, mengorganisasi tugas, membagi tanggung jawab, mengumpulkan informasi, serta menyajikan hasil.
- 3) Meningkatkan keterampilan peserta didik dalam mengelola sumber

belajar, seperti mengatur waktu, mengorganisasi kegiatan, dan memanfaatkan berbagai sumber informasi untuk menyelesaikan tugas.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Problem Based Learning* (PBL) memiliki kelebihan dalam meningkatkan kemampuan berpikir kritis, keterampilan memecahkan masalah, kemandirian belajar, serta kemampuan bekerja sama. Melalui model ini, peserta didik tidak hanya menerima informasi, tetapi juga terlibat aktif dalam mencari, mengolah, dan menggunakan informasi untuk menemukan solusi terhadap permasalahan yang diberikan.

Selain memiliki kelebihan, model *Problem Based Learning* juga memiliki beberapa keterbatasan. Shoimin (2014:132) mengemukakan bahwa kelemahan model *Problem Based Learning* yaitu:

- 1) Model ini tidak dapat diterapkan pada semua materi pembelajaran karena terdapat beberapa materi yang masih membutuhkan penyampaian langsung dari guru. Model ini lebih sesuai digunakan pada pembelajaran yang berkaitan dengan kemampuan pemecahan masalah.
- 2) Perbedaan tingkat kemampuan peserta didik dalam suatu kelas dapat menyebabkan kesulitan dalam pembagian tugas dan pelaksanaan kerja kelompok.

Sementara itu, Sofyan, dkk. (2017:60) menjelaskan bahwa kelemahan model *Problem Based Learning* meliputi:

- 1) Penerapan model *Problem Based Learning* masih membutuhkan penyesuaian dalam pelaksanaan pembelajaran di lingkungan pendidikan Indonesia.
- 2) Guru perlu memperoleh pemahaman dan pelatihan yang memadai agar mampu menerapkan tahapan *Problem Based Learning* secara tepat sesuai dengan tujuan pembelajaran.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun *Problem Based Learning* (PBL) memiliki beberapa keterbatasan dalam penerapannya, model ini tetap efektif digunakan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik dalam berpikir kritis,

bekerja sama, dan menyelesaikan permasalahan secara aktif. Oleh karena itu, penerapan model ini perlu disesuaikan dengan karakteristik materi, kondisi peserta didik, serta kesiapan guru dalam melaksanakan pembelajaran.

2.5 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Gina Chairussuhur, mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi pada tahun 2020, yang berjudul Peningkatan Kemampuan Mengidentifikasi Teks Prosedur dengan Menggunakan Model Pembelajaran *Problem Based Learning* (Penelitian Tindakan Kelas pada Peserta Didik Kelas VII MTs PSA Miftahul Falah Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya Tahun Ajaran 2019/2020). Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan model pembelajaran *Problem Based Learning* (PBL) sebagai variabel bebas dalam penelitian tindakan kelas. Adapun perbedaannya terletak pada kemampuan yang ditingkatkan. Gina Chairussuhur meneliti peningkatan kemampuan mengidentifikasi teks prosedur, sedangkan penelitian ini berfokus pada peningkatan kemampuan menyimpulkan isi teks iklan. Hasil penelitian Gina Chairussuhur menunjukkan bahwa penerapan model pembelajaran *Problem Based Learning* mampu meningkatkan kemampuan peserta didik kelas VII MTs PSA Miftahul Falah Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya dalam mengidentifikasi teks prosedur.

Penelitian ini juga berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ani Latipah, mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi pada tahun 2020, yang berjudul Peningkatan Kemampuan Menganalisis Struktur dan Kebahasaan serta Mengonstruksi Teks Eksposisi dengan Menggunakan Model Pembelajaran *Problem Based Learning* (Penelitian Tindakan Kelas pada Peserta Didik Kelas X SMA Muhammadiyah Tasikmalaya Tahun Ajaran 2019/2020). Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-

sama menggunakan model pembelajaran *Problem Based Learning* (PBL) sebagai variabel bebas. Perbedaannya terletak pada variabel terikat dan materi pembelajaran. Penelitian Ani Latipah berfokus pada peningkatan kemampuan menganalisis struktur dan kebahasaan serta mengonstruksi teks eksposisi, sedangkan penelitian ini berfokus pada peningkatan kemampuan menyimpulkan isi teks iklan. Hasil penelitian Ani Latipah menunjukkan bahwa penerapan model pembelajaran *Problem Based Learning* mampu meningkatkan kemampuan peserta didik dalam menganalisis struktur dan kebahasaan serta mengonstruksi teks eksposisi.

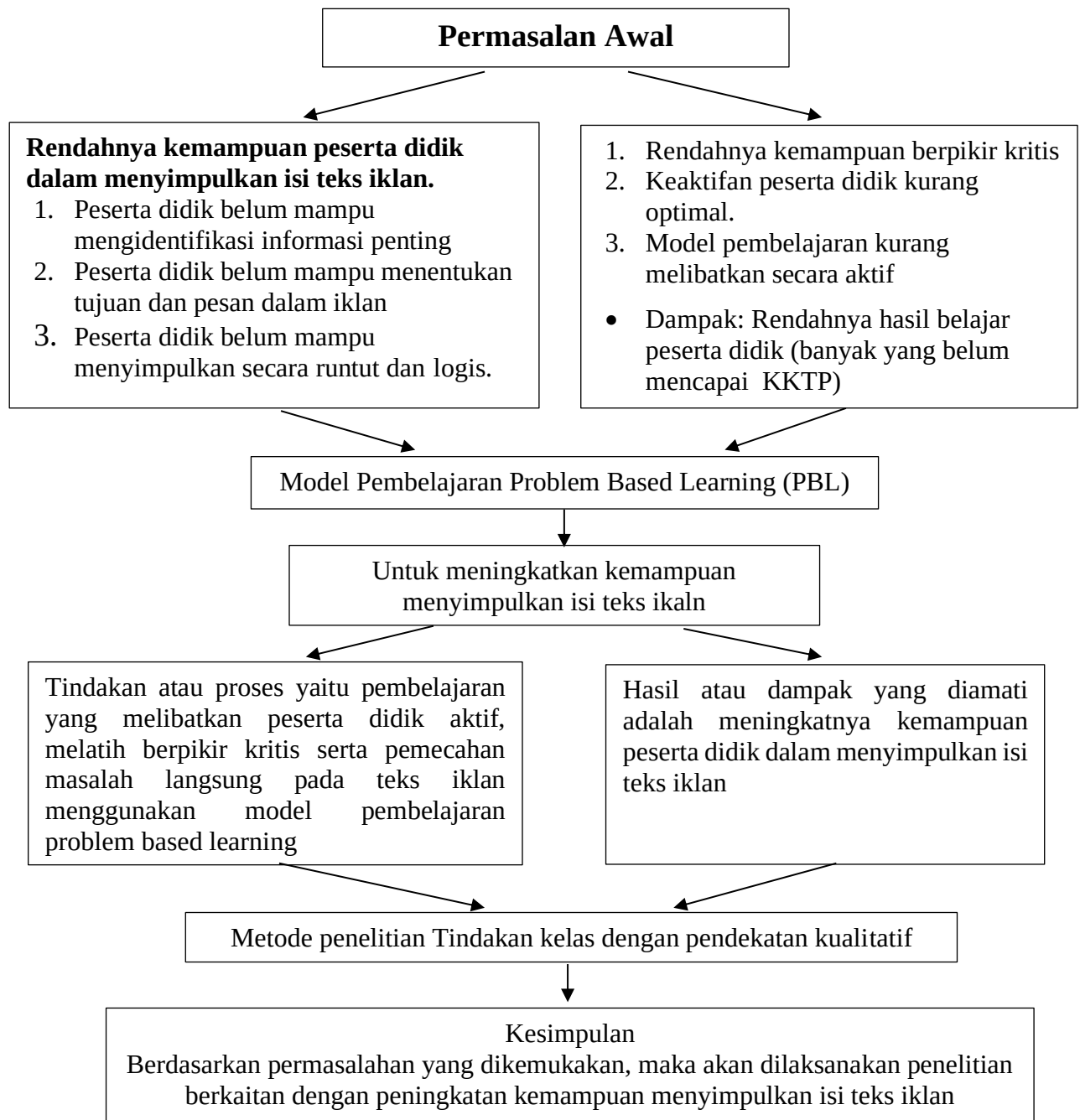
Berdasarkan kedua penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa model pembelajaran *Problem Based Learning* telah terbukti efektif dalam meningkatkan berbagai keterampilan berbahasa peserta didik. Meskipun demikian, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji penerapan model pembelajaran *Problem Based Learning* untuk meningkatkan kemampuan menyimpulkan isi teks iklan pada peserta didik kelas VIII SMP. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya sekaligus memberikan bukti empiris mengenai efektivitas model *Problem Based Learning* dalam meningkatkan kemampuan menyimpulkan isi teks iklan.

2.6 Kerangka Berpikir

Kemampuan peserta didik kelas VIII SMP Negeri 20 Tasikmalaya dalam menyimpulkan isi teks iklan masih tergolong rendah. Peserta didik mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi informasi penting, menentukan tujuan dan pesan iklan, serta menyusun simpulan secara runtut dan logis. Kondisi ini dipengaruhi oleh rendahnya kemampuan berpikir kritis, kurangnya keaktifan peserta didik dalam pembelajaran, serta penggunaan model pembelajaran yang belum sepenuhnya melibatkan peserta didik secara aktif. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diterapkan model pembelajaran *Problem Based Learning* (PBL) yang menekankan pembelajaran berbasis masalah kontekstual dan berpusat pada peserta didik. Melalui tahapan PBL, peserta didik dilatih untuk mengidentifikasi masalah,

mengumpulkan informasi, berdiskusi secara kolaboratif, menganalisis isi teks iklan, dan menyusun simpulan berdasarkan hasil analisis.

Penerapan model *Problem Based Learning* (PBL) diharapkan dapat meningkatkan keaktifan belajar, kemampuan berpikir kritis, serta kemampuan peserta didik dalam menyimpulkan isi teks secara runtut, lengkap, dan tepat. Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

2.7 Hipotesis Tindakan

Berdasarkan kerangka diatas, penulis merumuskan hipotesis dalam penelitian ini. yaitu model *Problem Based Learning* (PBL) dapat meningkatkan kemampuan peserta didik dalam menyimpulkan isi teks iklan. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Heryadi (2024:32), “Hipotesis adalah pendapat yang kebenarannya masih rendah karena pendapat yang disampaikan hanya berdasarkan pertimbangan pemikiran (logika), belum ditunjang oleh data lapangan yang lebih bersifat faktual”.