

BAB 2 TINJAUAN TEORETIS

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Hakikat Pembelajaran Menulis Teks Iklan Berdasarkan Kurikulum Merdeka

Hakikat pembelajaran dapat diartikan sebagai suatu proses yang melibatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap seseorang berkembang melalui pengalaman dan interaksi dengan lingkungan. Pembelajaran yang penulis lakukan pada penelitian ini adalah pembelajaran menulis teks iklan yang merupakan pembelajaran dalam bahasa Indonesia. Pelaksanaan pembelajaran menulis teks iklan berkaitan dengan kurikulum, yaitu Capaian Pembelajaran (CP), Tujuan Pembelajaran (TP), Indikator Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (IKTP), dan yang lainnya. Berkaitan dengan hal tersebut, penulis sajikan sebagai berikut.

1) Capaian Pembelajaran (CP)

Menurut Dikti (2022), “Capaian pembelajaran ialah suatu ungkapan tujuan pendidikan yang merupakan pertanyaan tentang apa yang diharapkan diketahui, dipahami, dan dapat dikerjakan oleh peserta didik setelah menyelesaikan suatu periode belajar. Capaian pembelajaran berisikan kumpulan kompetensi dan cakupan materi yang disusun secara komprehensif berbentuk narasi”. Capaian pembelajaran yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu capaian pembelajaran kelas VIII SMP/MTs/Program Paket B yang digolongkan pada fase D.

Capaian Pembelajaran pada fase D adalah memiliki kemampuan berbahasa untuk berkomunikasi dan bernalar sesuai dengan tujuan, konteks sosial, dan akademis. Peserta didik mampu memahami, mengolah dan menginterpretasikan informasi paparan tentang topik yang beragam dan karya sastra. Peserta didik mampu berpartisipasi aktif dalam diskusi, mempresentasikan, dan menanggapi informasi nonfiksi dan fiksi yang dipaparkan; Peserta didik menulis berbagai teks untuk menyampaikan pengamatan dan pengalamannya dengan lebih terstruktur, dan menuliskan tanggapannya terhadap paparan dan bacaan menggunakan pengalaman dan pengetahuannya. Peserta didik mengembangkan kompetensi diri melalui berbagai teks untuk penguatan karakter. Dari capaian tersebut, yang

berkaitan dengan pembelajaran ini adalah; Peserta didik menulis berbagai teks untuk menyampaikan pengamatan dan pengalamannya dengan lebih terstruktur, dan menuliskan tanggapannya terhadap paparan dan bacaan menggunakan pengalaman dan pengetahuannya.

2) Elemen Capaian Pembelajaran

Elemen capaian pembelajaran merupakan suatu pernyataan mengenai apa yang diharapkan, diketahui, dipahami, dan dapat dikerjakan oleh peserta didik setelah menyelesaikan suatu tahap belajar. Berdasarkan SK BSKAP Nomor 33 tahun 2022 Pasa 3 Ayat (1) menjelaskan elemen capaian pembelajaran bahasa Indonesia pada fase D dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 2.1 Capaian Pembelajaran fase D Berdasarkan Kurikulum

Elemen	Capaian Pembelajaran
Menyimak	Peserta didik mampu menganalisis dan memaknai informasi berupa gagasan, pikiran, perasaan, pandangan, arahan atau pesan yang tepat dari berbagai jenis teks (nonfiksi dan fiksi) audiovisual dan aural dalam bentuk monolog, dialog, dan gelar wicara. Peserta didik mampu mengeksplorasi dan mengevaluasi berbagai informasi dari topik aktual yang didengar.
Membaca dan Memirsa	Peserta didik memahami informasi berupa gagasan, pikiran, pandangan, arahan atau pesan dari berbagai jenis teks deksripsi, narasi, puisi, eksplanasi dan eksposisi dari teks visual dan audiovisual untuk menemukan makna yang tersurat dan tersirat. Peserta 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.
Berbicara dan Mempresentasikan	Peserta didik mampu menyampaikan gagasan, pikiran, pandangan, arahan atau pesan untuk tujuan pengajuan usul, pemecahan masalah, dan pemberian

	solusi secara lisan dalam bentuk monolog dan dialog logis, kritis, dan kreatif. Peserta didik mampu menggunakan dan memaknai kosa kata baru yang memiliki makna denotatif, konotatif, dan kiasan untuk berbicara dan menyajikan gagasannya. Peserta didik mampu menggunakan ungkapan sesuai dengan norma kesopanan dalam berkomunikasi. Peserta didik mampu berdiskusi secara aktif, konstruktif, efektif, dan santun. Peserta didik mampu menuturkan dan menyajikan ungkapan simpati, empati, peduli, perasaan, dan penghargaan dalam bentuk teks informatif dan fiksi melalui teks multimoda. Peserta didik mampu mengungkapkan dan mempresentasikan berbagai topik aktual secara kritis.
Menulis	Peserta didik mampu menulis gagasan, pikiran, pandangan, arahan atau pesan tertulis, untuk berbagai tujuan secara logis, kritis, dan kreatif. Peserta didik juga menuliskan hasil penelitian menggunakan metodologi sederhana dengan mengutip sumber rujukan secara etis. Menyampaikan ungkapan rasa simpati, empati, peduli, dan pendapat pro atau kontra secara etis dalam memberikan penghargaan secara tertulis dalam teks multimoda. Peserta didik mampu menggunakan dan mengembangkan kosakata baru yang memiliki makna denotatif, konotatif, dan kiasan untuk menulis. Peserta didik menyampaikan tulisan berdasarkan fakta, pengalaman, dan imajinasi secara indah dan menarik dalam bentuk prosa dan puisi dengan penggunaan kosakata secara kreatif.

Elemen capaian yang berkaitan dengan penelitian ini adalah elemen menulis. Rumusan elemen yang berkaitan dengan menulis teks iklan ini adalah peserta didik menunjukkan kemampuan menulis teks iklan melalui penyampaian gagasan, pikiran, dan pesan secara logis, kritis, serta kreatif. Kemampuan ini tercermin dalam cara peserta didik merancang pesan persuasif yang singkat, jelas, dan efektif untuk menarik perhatian serta memengaruhi pembaca.

Selain itu, peserta didik dapat menggunakan dan mengembangkan kosa kata yang beragam, mencakup kosakata denotatif untuk menjelaskan informasi faktual, kosa kata konotatif untuk membangun daya tarik emosional, serta ungkapan kiasan

yang memperkuat kesan dan daya ingat pembaca. Pemilihan kosa kata tersebut mendukung penyusunan teks iklan yang persuasif, komunikatif, dan menarik, sekaligus tetap menjaga etika dan kejelasan pesan yang ingin disampaikan.

3) Tujuan Pembelajaran (TP)

Tujuan pembelajaran merupakan sebuah gambaran pencapaian dari tiga aspek kompetensi peserta didik (pengetahuan, kompetensi, sikap) yang harus dibangun melalui satu atau lebih kegiatan pembelajaran. Adapun tujuan pembelajaran menulis sebuah teks iklan yaitu peserta didik diharapkan mampu menulis teks iklan yang memuat struktur dan kaidah kebahasaan yang tepat.

4) Indikator Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (IKTP)

Indikator Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (IKTP) merupakan sebuah perincian dari Tujuan Pembelajaran (TP). Indikator Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (IKTP) dalam penelitian ini yaitu peserta didik mampu:

- a) Menulis teks iklan dengan memuat bagian judul dengan tepat.
- b) Menulis teks iklan dengan memuat teks inti dengan tepat.
- c) Menulis teks iklan dengan memuat kalimat dasar yang umumnya digunakan slogan dengan tepat.
- d) Menulis teks iklan dengan memuat logo/nama perusahaan/nama produk dengan tepat.
- e) Menulis teks iklan dengan memuat foto produk dengan tepat.
- f) Menulis teks iklan dengan memuat kalimat persuasif dengan tepat.
- g) Menulis teks iklan dengan memuat kalimat imperatif dengan tepat.

2.1.2 Hakikat Teks Iklan

1) Pengertian Teks Iklan

Teks iklan adalah teks yang berisikan pesan, gagasan atau pikiran yang ditujukan kepada khalayak mengenai suatu produk atau jasa dengan sebuah tujuan agar membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Menurut Kosasih (2014:206) “Teks iklan adalah jenis teks yang mengomunikasikan suatu pesan, gagasan, ataupun pikiran kepada orang lain yang cenderung bersifat persuasif”. Darmawati (2015:117) “Iklan merupakan faktor penting untuk melakukan penjualan, penawaran, atau pemberitahuan informasi. Komponen iklan pertama

adalah mendorong dan membujuk. Sifat yang harus dimiliki iklan yaitu sifat persuasif”.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa teks iklan adalah teks yang digunakan untuk mengomunikasikan suatu pesan, gagasan, atau pikiran kepada orang lain mengenai suatu produk atau jasa di dalam media massa atau di tempat umum dengan kata yang persuasif atau mengajak. Contoh teks iklan:



Sumber: Buku Bahasa Indonesia SMP Kelas VIII

Gambar 2.1 Contoh Iklan

2) Struktur Teks Iklan

Struktur teks iklan berfungsi agar ketika proses menulis teks iklan dapat tersusun secara logis dan sistematis sesuai dengan struktur yang terkandung dalam sebuah iklan. Struktur teks iklan menurut Kosasih (2017:264) terdiri atas lima bagian, yaitu “(1) judul dan sub judul, (2) teks inti atau teks utama, (3) kalimat dasar yang umumnya dipergunakan untuk mengetengahkan slogan, (4) logo, (5) foto produk”.

Penjelasan mengenai struktur teks iklan dapat dijabarkan sebagai berikut.

a) Judul dan sub judulnya

Judul adalah suatu nama yang digunakan untuk menyiratkan isi atau maksud dari suatu buku atau hal tersebut. Menurut Respati (2013:54) mengemukakan “Judul atau kepala *headline* adalah kalimat kata atau frasa yang mendahului berbagai uraian di dalam iklan judul dalam berbagai tulisan-tulisan harus menggambarkan keseluruhan isi tulisan judul di dalam iklan juga harus mampu melukiskan seluruh iklan”. Kemudian Kosasih (2014:264) mengemukakan, “Judul dan sub judul, biasanya terdapat di bagian atas iklan dapat berupa produk atau jasa yang dilakukn”.

Berdasarkan pernyataan para ahli tersebut, penulis menyimpulkan bahwa judul adalah kalimat atau frasa yang menggambarkan keseluruhan isi tulisan terutama di dalam teks iklan, biasanya judul dalam teks iklan terdapat di bagian atas iklan.

contoh:

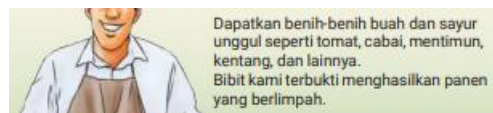


Bagian tersebut termasuk contoh judul, karena termasuk nama dari suatu iklan yaitu “Toko Bibit Buah dan Sayur Panen Abadi”.

b) Teks inti atau teks utama

Teks inti atau teks utama dalam sebuah iklan adalah suatu gagasan pokok atau teks yang berisi kalimat yang mengandung informasi inti dari sebuah iklan. Menurut Kosasih (2014:264) mengemukakan “Teks inti atau teks utama, biasanya berisi mengenai hal-hal pokok yang ingin ditawarkan dan diinformasikan”.

Contoh:



Bagian tersebut termasuk contoh teks inti atau teks utama dalam sebuah iklan, karena berisi kalimat yang mengandung informasi mengenai produk yang ditawarkan diantaranya benih buah dan sayur unggul seperti tomat, cabai, mentimun, kentang, dan lainnya.

c) Kalimat dasar yang umumnya dipergunakan untuk mengetengahkan slogan

Kalimat dasar yang umumnya dipergunakan untuk mengetengahkan slogan adalah kalimat yang berisi teks yang menarik yang terdapat dalam sebuah iklan. Sejalan dengan Kosasih (2014:264) mengemukakan, “Kalimat dasar, yang umumnya dipergunakan untuk mengetengahkan slogan artinya kalimat yang berisi teks yang memiliki daya tarik dan membuat iklan mudah diingat”.

Contoh:



Bagian tersebut termasuk contoh kalimat dasar yang umumnya dipergunakan untuk mengetengahkan slogan, karena berisi teks yang memiliki daya

tarik atau membuat iklan mudah diingat yaitu mengajak “Bertani Bersama Kami”.

d) Logo, atau nama perusahaan atau nama produk

Logo, atau nama perusahaan atau nama produk yaitu tanda, ciri, atau nama dari sebuah iklan. Menurut Kosasih (2014:264) mengemukakan “Logo atau nama perusahaan atau nama produk, berisi mengenai nama produk atau jasa yang di iklankan”.

Contoh:



Bagian tersebut termasuk logo, atau nama perusahaan atau nama produk yang ditawarkan yaitu “Toko Bibit Buah dan Sayur Panen Abadi Jalan wallet No.2”.

e) Foto produk

Foto produk artinya sebuah gambar yang menunjukkan sebuah produk atau barang yang terdapat dalam sebuah iklan. Menurut Kosasih (2014:264) mengemukakan “Foto produk yaitu yang menunjukkan penampilan produk yang ditawarkan”.

Contoh:



Bagian tersebut termasuk contoh dari foto produk dari sebuah iklan took bibit buah dan sayur Panen Abadi, yaitu foto tomat dan cabai.

3) Kaidah Kebahasaan Teks Iklan

Kaidah kebahasaan adalah standar yang digunakan dalam berbahasa sebagai ciri atau pembeda antara satu teks dengan teks lainnya. Teks iklan merupakan teks yang mengandung pesan, gagasan, maupun pikiran yang ditujukan kepada orang lain dan cenderung bersifat persuasif. Secara etimologis kata iklan atau *advertising* berasal dari bahasa Yunani yang artinya “menggiring orang” agar orang atau khalayak bisa tergiring. Suatu iklan diharapkan bisa menempatkan kesan positif mengenai suatu produk atau jasa. Hal-hal mengenai harga, kualitas,

penggunaan dan kategori produk atau jasa perlu dikenalkan secara spesifik kepada khalayak, hal itu semua tidak terlepas dari peran suatu bahasa.

Menurut Kosasih (2017:47-48) teks iklan bertujuan untuk menawarkan produk, baik berupa barang maupun jasa. Oleh karena itu, kata-kata yang muncul seringkali bersifat persuasif, bujukan atau dorongan mengenai suatu kebiasaan maupun gaya hidup. Kemudian menurut Sumbi dan Joshephina (2021:179) “Bahasa/kalimat persuasif adalah bahasa yang digunakan untuk mengajak, meyakinkan, dan membujuk pihak lain untuk melakukan sesuatu”. Kalimat persuasif terdapat dalam iklan karena termasuk kalimat yang mengandung ajakan yang bertujuan untuk membujuk, meyakinkan, dan mempengaruhi pembaca atau pendengar. Contoh kalimat persuasif pada iklan “Toko Bibit Buah dan Sayur Panen Abadi” adalah kalimat “Dapatkan benih-benih buah dan sayur unggul seperti tomat, cabai, mentimun, kentang, dan lainnya” karena kalimat ini menonjolkan keunggulan produk untuk menarik minat pembeli. Selain itu, kalimat “Bibit kami terbukti menghasilkan panen yang berlimpah” juga termasuk kalimat persuasif karena kalimat ini memberikan janji atau bukti keuntungan bagi konsumen guna membangun kepercayaan.

Selain mengandung kalimat persuasif, biasanya dalam suatu iklan mengandung kalimat imperatif. Kalimat imperatif menurut Clarisa (2021:481) kalimat perintah yang memiliki fungsi untuk mengarahkan seseorang untuk melakukan sesuatu”. Kalimat imperatif biasanya ditandai dengan kata-kata seperti temukan, nikmati, marilah, ayo, hadirlah, dan janganlah. Contoh kalimat persuasif pada iklan “Toko Bibit Buah dan Sayur Panen Abadi” adalah kalimat “Dapatkan benih-benih buah dan sayur unggul seperti tomat, cabai, mentimun, kentang, dan lainnya” karena pada kata kerja “dapatkan” mengandung unsur perintah halus bagi konsumen untuk segera memiliki/membeli produk tersebut.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa kaidah kebahasaan yang terdapat dalam iklan adalah mengandung kalimat persuasif dan kalimat imperatif, yang bertujuan mengajak, mengarahkan seseorang untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

4) Jenis-Jenis Iklan

Iklan banyak ditemukan di berbagai tempat, seperti di media massa maupun di tempat umum (Kosasih:2014). Oleh karena itu terdapat beberapa jenis iklan, yaitu sebagai berikut.

a) Iklan Komersial

Iklan komersial menurut Gusfitri dan Delfia (2021:48-57) “Iklan yang bertujuan untuk mempromosikan sebuah produk atau jasa yang bertujuan untuk memberitahukan sesuatu atau mengajak masyarakat melakukan sebuah tindakan”. Iklan komersial banyak ditampilkan di berbagai tempat, seperti majalah, televisi, radio, web, kendaraan, dan gedung-gedung perkantoran. Iklan komersial biasanya memuat beberapa informasi seperti produk yang hendak dikenakan, penjelasan tentang produk, keunggulan produk, cara mendapatkan produk, dan terkadang juga memuat harga dan testimoni atau pernyataan pujian dari pelanggan terhadap produk yang diiklankan. Contoh iklan komersial diantaranya iklan “Toko Bibit Buah dan Sayur Panen Abadi” yang menawarkan benih buah dan sayur unggul dengan keunggulan berupa jaminan hasil panen yang berlimpah yang didukung oleh foto visual produk serta kalimat untuk bertani bersama.

b) Iklan Nonkomersial

Iklan nonkomersial adalah iklan yang tidak berhubungan dengan niaga atau perdagangan, seperti iklan layanan masyarakat dan iklan pemberitahuan.

- (1) Iklan layanan masyarakat menurut Kosasih (2017:43-44) “Iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum”. Selanjutnya iklan layanan masyarakat menurut Liliweri (dalam Gusfitri dan Delfia, 2021:55) merupakan “Iklan yang bersifat nonprofit atau tidak mencari keuntungan”. Contohnya iklan tentang bahaya merokok yang di dalamnya menampilkan dampak kesehatan paru-paru untuk mengingatkan masyarakat akan bahaya rokok bagi kehidupan umum.
- (2) Iklan pemberitahuan menurut Kosasih (2014), “Iklan yang lebih berfokus pada kepentingan untuk memberitahu khalayak mengenai suatu hal baik itu

berupa peristiwa, keadaan, atau hal lainnya dan umumnya dipasang oleh perorangan, keluarga, dan perusahaan”. Contohnya seperti iklan pengumuman rapat perusahaan, pengumuman kelahiran, pengumuman kematian, dan pengumuman kehilangan.

2.1.3 Hakikat Menulis Teks Iklan

1) Hakikat Menulis Teks Iklan

Menulis adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang untuk menyampaikan ide dan gagasan ke dalam suatu bentuk tulisan. Menulis merupakan suatu aktivitas yang bersifat produktif dan kreatif. Menurut Tarigan (2008:3), “Menulis adalah suatu keterampilan bahasa yang dipergunakan untuk berkomunikasi secara tidak langsung, tidak secara tatap muka dengan orang lain”. Karena dalam menulis, penulis tidak berkomunikasi secara langsung, menulis menyampaikan pesan melalui bahasa tulis. Sebagaimana dikemukakan Dalman (2016:3) “Menulis merupakan sebuah kegiatan komunikasi berupa penyampaian pesan (informasi secara tertulis kepada pihak lain dengan menggunakan bahasa tulis sebagai alat atau medianya”.

Pesan yang penulis sampaikan bisa berupa pesan yang meyakinkan, mempengaruhi, dan menggambarkan suatu kejadian. Nafis (2021:141) mengemukakan “Menulis merupakan sarana untuk mengajak, meyakinkan, mempengaruhi, dan menggambarkan kejadian berdasarkan fakta ataupun pengamatan yang dilakukan”.

Berdasarkan pengertian menulis di atas, dapat disimpulkan bahwa menulis adalah aktivitas produktif dan kreatif yang dilakukan seseorang untuk menyampaikan ide, gagasan, dan pesan melalui bahasa tulis sebagai media komunikasi tidak langsung (tidak tatap muka), dengan tujuan meyakinkan, mempengaruhi, mengajak, dan menggambarkan kejadian berdasarkan fakta atau pengamatan.

Salah satu jenis menulis adalah menulis iklan, yang pada hakikatnya menulis iklan adalah kegiatan menyampaikan pesan berupa penawaran sehingga isinya membujuk dan meyakinkan. Oleh karena itu menulis teks iklan sangat

penting.

Ramadhani, dkk (2023:36) mengemukakan,

“Menulis teks iklan sangat penting untuk meningkatkan kreativitas, melatih otak, melatih daya imajinasi sehingga siswa diharapkan mampu mengembangkannya dalam bentuk tulisan. Dalam menulis teks iklan diharapkan siswa mampu membujuk atau meyakinkan orang untuk menghasilkan respon dan membantu tercapainya objektivitas atau tujuan pemasaran. Oleh karena itu kemampuan siswa dalam menulis teks iklan dengan memperhatikan struktur dan kaidah kebahasaan perlu diperhatikan. Pentingnya menulis teks iklan dengan memperhatikan struktur dan kaidah kebahasaan agar siswa mampu menulis dengan struktur dan mengasah kemampuan siswa dalam penggunaan kata serta kalimat yang benar dalam teks”.

Dalam kutipan di atas secara tersurat dinyatakan bahwa menulis teks iklan penting karena dapat mengembangkan kreativitas siswa.

Rachmasiska (2018:154) mengemukakan,

“Pentingnya menulis iklan bagi siswa adlah melatih siswa untuk senantiasa mengembangkan ide penulisannya dalam gambaran penjualan sebuah barang atau jasa yang berguna bagi orang lain. Selain itu, menulis iklan juga mempunyai fungsi penting dalam masyarakat yaitu salah satunya sebagai sumber informasi, melalui menulis iklan, dapat memberikan informasi yang lebih banyak dari pada yang lainnya, baik tentang produknya, distribusi atau tempat pembeliannya atau informasi lain mempunyai kegunaan bagi masyarakat”.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa menulis teks iklan adalah kegiatan mengemukakan ide dan gagasan menggunakan bahasa tulis ke dalam bentuk teks iklan dengan memperhatikan struktur dan kaidah kebahasaan teks iklan sebagai sarana untuk membujuk, mempengaruhi atau meyakinkan pembaca ataupun pembeli.

2) Langkah-Langkah Menulis Teks Iklan

Sebelum menulis teks iklan, ada beberapa langkah yang perlu diperhatikan. Berikut ini adalah langkah-langkah menulis teks iklan menurut Kosasih (2017: 52).

a) Pernyataan Menarik

Mulailah menulis iklan dengan pernyataan yang menarik perhatian khalayak yakni dengan berfokus pada masalah yang mereka hadapi. Misalnya jika kamu bermaksud menjual obat (jerawat), gunakanlah pernyataan seperti berikut, “Wajah anda Berjerawat?”

b) Menawarkan Solusi

Misalnya untuk masalah jerawat, kamu dapat mengajukan kalimat tawaran seperti berikut: “Ramuan Jamu Cantik” mengurangi dan melenyapkan jerawat dalam waktu tiga puluh hari dan Anda kembali tampil cantik”.

c) Menunjukkan Bukti

Yang diperlukan khalayak saat melihat iklan adalah sebuah bukti. Agar lebih meyakinkan, tunjukkanlah bukti bahwa solusi yang diberikan itu benar, sesuai dengan harapan mereka. Contohnya bukti pada kalimat berikut “Jerawat Anda akan sembuh dalam 30 hari atau uang kembali. Ada 11.500 orang yang wajahnya putih berseri setelah menggunakan produk ini”.

d) Mengajukan Harga

Contoh dari mengajukan harga adalah “jika Anda ingin merawat wajah Anda sekarang, pesanlah segera ramuan istimewa kamu dengan harga....”

Menurut Gusfitri & Delfia (2021:65-66) langkah-langkah sebelum menulis teks iklan adalah sebagai berikut:

- a) Kenali keunggulan produk yang akan diiklankan
- b) Tentukan konsumen produk kalian, saat mengenalkan sebuah produk, hendaknya menggunakan bahasa yang mudah dimengerti konsumen. Rancanglah kalimat-kalimat iklan sesuai dengan konsumen yang dituju.
- c) Tentukan unsur-unsur yang ada dalam iklan, seperti adanya tulisan, gambar, suara dan gerak.
- d) Tentukan pesan yang hendak ditampilkan dalam iklan, sebelum membuat sebuah iklan hendaknya buatlah pesan yang akan disampaikan.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut, penulis menyimpulkan bahwa cara menulis teks iklan yang baik yaitu sebagai berikut:

- a) Menggunakan bahasa atau pernyataan yang menarik orang lain
- b) Memberikan penawaran dan solusi kepada konsumen yang dituju
- c) Menunjukkan bukti disertai informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan seperti adanya gambar atau suara dan gerak
- d) Menampilkan pesan yang hendak disampaikan terkait produk atau jasa yang ditawarkan.

2.1.4 Hakikat Model Pembelajaran *Discovery Learning*

1) Pengertian Model Pembelajaran *Discovery Learning*

Model pembelajaran *discovery learning* merupakan model pembelajaran berbasis penemuan, di mana peserta didik berperan aktif dalam mencari dan menemukan sendiri informasi dari materi yang diberikan oleh guru. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Jerome Bruner, yang berpendapat bahwa pembelajaran melalui penemuan (*discovery learning*) mendorong peserta didik untuk terlibat secara aktif dalam proses pencarian pengetahuan, sehingga hasil belajar yang diperoleh akan lebih bermakna dan bertahan lama. Pengertian lain disampaikan Djamaluddin dan Wardana (2019:66) “Metode *Discovery* adalah salah satu metode dalam proses belajar mengajar pendidik memperkenalkan siswa-siswanya menemukan sendiri informasi yang secara tradisional biasa diberitahukan atau diceramahkan saja”. Sejalan dengan pendapat tersebut, Kurniasih dalam Susana (2019:6), “Model *Discovery Learning* adalah proses pembelajaran yang terjadi bila peserta didik tidak disajikan dengan pelajaran dalam bentuk finalnya, tetapi diharapkan siswa mengorganisasikan sendiri. *Discovery* menemukan konsep melalui serangkaian data atau informasi yang diperoleh melalui pengamatan atau percobaan”.

Penemuan sendiri dalam *discovery learning* diperoleh melalui mengamati, mencerna, menggolong-golongkan, membuat dugaan, menjelaskan, mengukur, membuat kesimpulan dan sebagainya. Hal ini sejalan dengan pendapat Sund dalam Susana (2019:6) mengemukakan “*Discovery Learning* adalah proses mental siswa mampu mengasimilasikan suatu konsep atau prinsip. Proses mental tersebut antara lain mengamati, mencerna, menggolong-golongkan, membuat dugaan, menjelaskan, mengukur, membuat kesimpulan dan sebagainya”.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, penulis menyimpulkan bahwa model pembelajaran *Discovery Learning* adalah model yang proses pembelajarannya berfokus pada peserta didik untuk menemukan sendiri melalui kegiatan mencari, mengamati, menjelaskan, dan menyimpulkan data atau informasi untuk menyelesaikan masalah.

2) Langkah-Langkah Model Pembelajaran *Discovery Learning*

Model Pembelajaran *Discovery Learning* memiliki tahapan-tahapan yang harus dilaksanakan. Mulyasa (2023:144) mengemukakan langkah-langkah dalam model pembelajaran *discovery learning* meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

- a) *Stimulation* (pemberian rangsangan)
Guru memberikan stimulan berupa bahan bacaan, gambar, cerita, atau situasi yang memicu rasa ingin tahu dan pengalaman belajar peserta didik.
- b) *Problem Statement* (identifikasi masalah)
Kegiatan diawali dengan merangsang peserta didik untuk mengidentifikasi serta memetakan persoalan melalui sesi diskusi interaktif, observasi, maupun penelusuran referensi awal.
- c) *Data Collecting* (pengumpulan data)
Tahap ini menitikberatkan pada upaya peserta didik dalam menjangkau berbagai data pendukung guna membedah persoalan yang sedang dipelajari.
- d) *Data Processing* (pengolahan data)
Seluruh informasi yang telah didapat kemudian ditafsirkan dan dianalisis untuk mengeksplorasi beragam opsi penyelesaian masalah.
- e) *Verification* (pembuktian)
Guna memastikan akurasi analisis, peserta didik melakukan uji silang melalui dialog interaktif dengan rekan sejawat serta memvalidasinya dengan referensi ilmiah yang kredibel.
- f) *Generalization* (penarikan kesimpulan)
Peserta didik menyusun simpulan dari hasil pemecahan masalah dan menggeneralisasi hasil tersebut untuk diterapkan pada situasi atau masalah serupa di masa depan.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Alfitry (2020:38-42) mengemukakan langkah-langkah *Discovery Learning* meliputi pemberian rangsangan, pemberian fokus masalah, pengumpulan data, pengolahan data, pembuktian, dan kesimpulan.

- a) Pemberian Stimulus (*Stimulation*)
Pada tahap ini pendidik dapat mengkondisikan peserta didik untuk memberikan kesempatan kepada siswanya agar membaca sejumlah rujukan buku yang sebelumnya tidak diarahkan dulu pada jawaban-jawaban peserta didik yang masih belum lengkap. Selanjutnya diarahkan untuk menentukan keterkaitan fokus masalah dengan sejumlah sumber yang sesuai, biarkan mereka membuka buku dan mempelajarinya agar mampu menemukan jawaban oleh peserta didik sendiri. Pada tahap ini pendidik dapat memandang bahwa proses dalam pemberian stimulus belajar akan berfungsi untuk menciptakan suasana yang interaktif sehingga peserta didik dapat aktif mengembangkan strategi kognitifnya dalam melakukan eksplorasi bahan materi pelajaran untuk digunakan dalam menyelesaikan masalah.

b) Pemberian fokus masalah (*Problem Statement*)

Tahapan berikutnya pendidik dapat melakukan penjelasan bahwa peserta didik harus mampu merumuskan masalah-masalah atau peserta didik untuk mengidentifikasi sebanyak mungkin dari hasil bacaan-bacaan dan juga apa yang sudah dieksplorasi pada tahap sebelumnya. Tentunya peserta didik melakukan identifikasi masalah yang terjadi yang sesuai dengan sejumlah hasil bacaan tadi.

c) Pengumpulan data (*Data Collection*)

Pada tahap ini pendidik dapat mengkondisikan siswa untuk melakukan proses mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan proses menjawab dan membuktikan jawaban-jawaban sementara dari sebelumnya. Jadi pada tahap ini siswa akan menjawab pertanyaan atau membuktikan benar tidaknya hipotesis. Berbagai informasi yang peserta didik peroleh dari hasil bacaan buku akan menjadi bahan informasi yang relevan, membaca literatur, mengamati objek, wawancara dengan narasumber atau teman mereka sendiri, melakukan uji coba sendiri dan berdiskusi.

d) Pengolahan data (*Data Processing*)

Tahapan ini pendidik dapat mengarahkan siswa untuk mampu mengolah sejumlah data dan informasi berkenaan dengan upaya merumuskan jawaban-jawaban atas pertanyaan (fokus masalah) pada tahapan sebelumnya. Tentunya data dan informasi tersebut telah diperoleh siswa melalui hasil membaca buku, diskusi, wawancara, dan observasi. Dari hasil tersebut kemudian di tafsirkan atau dikalimatkan dengan baik yang dideskripsikan terarah kepada perumusan jawaban

e) Pembuktian (*Verivication*)

Peran pendidik pada tahap ini tidak akan terlepas pada apa yang telah ditemukan oleh siswa dimana para peserta didik diharapkan mampu melakukan pemeriksaan secara cermat dalam rangka membuktikan atas jawaban-jawaban yang dirumuskan apakah benar atau belum.

f) Menarik kesimpulan (*Generalization*)

Pada tahap menyimpulkan ini diharapkan peserta didik mampu melakukan generalisasi yang tepat artinya bahwa proses menarik sebuah simpulan ini dapat dijadikan prinsip umum dan berlaku untuk semua kejadian atau masalah-masalah yang pada awal dari tahapan model pembelajaran ini dirumuskan oleh peserta didik. Berdasarkan hasil verifikasi maka dirumuskan sejumlah temuan-temuan dalam bentuk kalimat-kalimat dari peserta didik sehingga uraian atas penemuannya dapat digeneralisasi.

Merujuk pada pendapat yang telah diuraikan, model pembelajaran *discovery learning* ini mengintegrasikan langkah-langkah sistematis mulai dari stimulasi hingga generalisasi hasil. Atas dasar itulah, penulis menyusun rancangan pembelajaran menulis teks iklan dengan mengadaptasi tahapan *discovery learning*

yang diintegrasikan sebagai berikut:

1) *Stimulation* (Stimulasi)

- a) Pendidik memulai pembelajaran dengan menampilkan contoh iklan komersial dan nonkomersial sebagai stimulus sebelum kegiatan menulis.
- b) Peserta didik dan pendidik bertanya jawab mengenai sebuah iklan yang ditampilkan oleh pendidik, bertujuan untuk mengeksplorasi pengetahuan tentang struktur iklan dan kaidah kebahasaan teks iklan, baik komersial maupun non komersial.

2) *Problem Statment* (Identifikasi masalah)

- a) Peserta didik membentuk 6 kelompok, setiap kelompok terdiri dari 4-5 orang dengan kemampuan yang berbeda-beda (menurut prestasi, jenis kelamin, suku, dan lain-lain)
- b) Peserta didik menerima LKPD sebagai panduan dalam kegiatan menulis iklan komersial atau non komersial.
- c) Peserta didik mengamati contoh iklan yang diberikan oleh pendidik untuk dicermati dan dipahami.
- d) Peserta didik menentukan topik atau jenis iklan yang akan ditulis berdasarkan arahan dari pendidik.

3) *Data Collection* (Pengumpulan data)

- a) Peserta didik berdiskusi mengumpulkan berbagai informasi yang relevan untuk menentukan struktur dan kaidah kebahasaan iklan pada LKPD yang diberikan.
- b) Peserta didik membuat rancangan awal teks iklan berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan.

4) *Data Processing* (Pengolahan data)

- a) Peserta didik secara berkelompok mengolah hasil rancangan awal untuk mengembangkan menjadi teks iklan komersial atau non komersial.
- b) Peserta didik menulis teks iklan dengan memperhatikan struktur dan kaidah kebahasaan yang sesuai.
- c) Peserta didik secara berkelompok menuangkan hasil penulisan teks iklan pada LKPD.

5) *Verification* (Pembuktian)

- a) Peserta didik dengan kelompoknya mempresentasikan hasil diskusi kepada kelompok lain, kemudian kelompok lain memberikan tanggapan terhadap hasil tulisan iklan yang dipresentasikan.
- b) Peserta didik memperbaiki hasil rancangan berdasarkan masukan dari pendidik dan kelompok lain.

6) *Generalization* (Menarik kesimpulan)

Peserta didik dan pendidik bersama-sama membuat sebuah kesimpulan mengenai struktur dan kaidah kebahasaan teks iklan yang telah setiap kelompok persentasikan.

3) Kelebihan Model Pembelajaran *Discovery Learning*

Kelebihan yang dimiliki pembelajaran *Discovery Learning* menurut Suherman, dkk dalam Susana (2022:9-10), menyebutkan terdapat beberapa kelebihan atau keunggulan metode *discovery learning*, yaitu: (1) Siswa aktif dalam kegiatan belajar, sebab ia berfikir dan menggunakan kemampuan untuk menemukan hasil akhir. (2) Siswa memahami benar bahan pelajarannya, sebab mengalami sendiri proses menemukannya. Sesuatu yang diperoleh dengan cara ini lebih lama untuk diingat. (3) Menemukan sendiri bisa menimbulkan rasa puas, kepuasan batin ini mendorongnya untuk melakukan penemuan lagi sehingga minat belajarnya meningkat. (4) Siswa yang memperoleh pengetahuan dengan metode penemuan akan lebih mampu mentransfer pengetahuannya ke berbagai konteks. (6) Metode ini melatih siswa untuk lebih banyak belajar sendiri.

4) Kekurangan Model Pembelajaran *Discovery Learning*

Kekurangan yang dimiliki pembelajaran *Discovery Learning* menurut Kurniasih dalam Susana (2022:10), metode *Discovery Learning* juga memiliki beberapa kelemahan atau kekurangan, antara lain sebagai berikut: (1) Metode ini menimbulkan asumsi bahwa ada kesiapan pikiran untuk belajar. (2) Metode ini tidak efisien untuk mengajar jumlah siswa yang banyak, karena membutuhkan waktu lama untuk membantu mereka menemukan teori untuk pemecahan masalah

lainnya. (3) Pengajaran *discovery* lebih cocok untuk mengembangkan pemahaman, sedangkan mengembangkan aspek konsep, keterampilan dan emosi secara keseluruhan kurang mendapatkan perhatian. (4) Pada beberapa disiplin ilmu, misalnya IPA kurang fasilitas untuk mengukur gagasan yang dikemukakan oleh para siswa. (5) Tidak menyediakan kesempatan-kesempatan untuk berfikir yang akan ditemukan oleh siswa karena telah dipilih terlebih dahulu oleh pendidik.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang penulis lakukan relevan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Melina Salsabila mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Penelitian yang Melina Salsabila laksanakan yaitu Penelitian Tindakan Kelas dengan judul, "Peningkatan Kemampuan Menelaah dan Menulis Teks Prosedur dengan Menggunakan Model Pembelajaran *Discovery Learning*. (Penelitian Tindakan Kelas pada Peserta Didik Kelas VIII SMP Negeri 13 Kota Tasikmalaya Tahun Ajaran 2021/2022)". Hasil penelitian lain yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilaksanakan oleh Yuli Yuliani mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Penelitian yang Yuli Yuliani laksanakan yaitu Penelitian Tindakan Kelas dengan judul, "Peningkatan Kemampuan Menganalisis Struktur dan Kebahasaan Teks Eksplanasi serta Memproduksi Teks Eksplanasi dengan menggunakan Model Pembelajaran *Discovery Learning*. (Penelitian Tindakan Kelas pada Peserta Didik Kelas XI SMA Negeri 1 Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis Tahun Ajaran 2019/2020)". Kemudian, Penelitian yang relevan selanjutnya adalah penelitian yang dilaksanakan oleh Jamjam Jamaatul Maulid mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Penelitian yang Jamjam Jamaatul Maulid laksanakan yaitu Penelitian Tindakan Kelas dengan judul "Upaya Meningkatkan Kemampuan Mengidentifikasi Informasi dan Menyimpulkan Isi Teks Laporan Hasil Observasi dengan menggunakan Model Pembelajaran *Discovery Learning*. (Penelitian Tindakan Kelas pada Peserta Didik Kelas VII SMP Negeri 10 Tasikmalaya).

Penelitian Melina Salsabila, Yuli Yuliani, dan Jamjam Jamaatul Maulid

memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis laksanakan yaitu dalam variabel bebas, persamaan dalam menggunakan model pembelajaran *Discovery Learning*. Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis laksanakan yaitu dalam variabel terikat, penulis menggunakan kompetensi dasar atau capaian pembelajaran kemampuan menulis teks iklan, penelitian Melina Salsabila menggunakan kompetensi dasar menelaah dan menulis teks prosedur, Yuni Yuliani menggunakan kompetensi dasar atau capaian pembelajaran menganalisis struktur dan kebahasaan teks eksplanasi serta memproduksi teks eksplanasi, dan Jamjam Jamaatul Maulid menggunakan kompetensi mengidentifikasi Informasi dan menyimpulkan isi teks laporan hasil observasi.

Hasil penelitian yang dilaksanakan Melina Salsabila menyimpulkan hasil penelitiannya bahwa pengaruh model pembelajaran *Discovery Learning* berhasil meningkatkan kemampuan peserta didik dalam menelaah dan menulis teks prosedur pada peserta didik kelas VIII SMP Negeri 13 Kota Tasikmalaya tahun ajaran 2021/2022. Hasil penelitian yang dilaksanakan Yuli Yuliani menyimpulkan hasil penelitiannya bahwa pengaruh model pembelajaran *Discovery Learning* berhasil meningkatkan kemampuan peserta didik dalam menganalisis struktur dan kebahasaan teks eksplanasi serta memproduksi teks eksplanasi pada Peserta Didik Kelas XI SMA Negeri 1 Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis Tahun Ajaran 2019/2020. Hasil penelitian yang dilaksanakan Jamjam Jamaatul Maulid menyimpulkan hasil penelitiannya bahwa pengaruh model pembelajaran *Discovery Learning* berhasil meningkatkan kemampuan peserta didik dalam mengidentifikasi informasi dan menyimpulkan isi teks laporan hasil observasi.

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis membantu menjelaskan maksud penelitian dengan membuat prediksi tertentu. Menurut Heryadi (2024:32) mengemukakan, "Merumuskan hipotesis maksudnya peneliti berdasarkan prinsip dasar atau anggapan dasar yang dilandasi oleh hasil kajian teori berupa membuat simpulan dan jawaban sementara tentang masalah penelitian yang diusulkan".

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka penulis merumuskan hipotesis

dalam penelitian ini yaitu “Model pembelajaran *Discovery Learning* dapat meningkatkan kemampuan menulis teks iklan pada peserta didik kelas VIII-B SMP Negeri 9 Tasikmalaya tahun ajaran 2025/2026”.