

BAB II LANDASAN TEORETIS

A. Kajian Teoretis

1. Hakikat Pembelajaran Teks Iklan di Kelas VIII SMP Berdasarkan Kurikulum Merdeka

Pembelajaran adalah sebuah kegiatan yang di dalamnya terdapat seseorang yang dapat menerima pengetahuan/pemahaman. Menurut Darsono dalam Ubabuddin (2019: 21) pembelajaran merupakan kegiatan seorang guru yang membuat tingkah laku peserta didik menjadi lebih baik. Pembelajaran yang dilakukan di lembaga pendidikan, terdapat sebuah acuan yang disebut dengan kurikulum. Dalam kurikulum merdeka, materi yang terdapat di kelas VIII SMP salah satunya adalah teks iklan.

a. Capaian Pembelajaran (CP)

Capaian pembelajaran memberikan kerangka pembelajaran yang memandu pendidik dalam memberikan stimulasi yang dibutuhkan. Dalam Salinan Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 262/M/2022 tentang Perubahan atas Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 56/M/2022 tentang Pedoman Penerapan Kurikulum dalam Rangka Pemulihan Pembelajaran, capaian pembelajaran merupakan kompetensi pembelajaran yang harus dicapai peserta didik pada setiap fase, untuk pendidikan dasar dan menengah disusun untuk setiap mata pelajaran. Capaian

pembelajaran ini sebagai pedoman dalam menyusun Tujuan Pembelajaran (TP) dan Alur Tujuan Pembelajaran (ATP).

Capaian Pembelajaran (CP) dalam penelitian ini adalah fase D elemen membaca dan memirsa jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP). Dalam keputusan Kepala Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 032/H/KR/2024 tentang Capaian Pembelajaran Pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah Pada Kurikulum Merdeka, CP mata pelajaran Bahasa Indonesia dalam rangkuman keseluruhan elemen fase D adalah sebagai berikut.

Fase	Capaian Pembelajaran
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 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 pengalaman dan pengetahuannya. Peserta didik mengembangkan kompetensi diri melalui pajakan berbagai teks untuk penguatan karakter.

b. Elemen Capaian Pembelajaran

Elemen capaian pembelajaran dalam kurikulum merdeka terbagi berdasarkan fase perkembangan di setiap jenjang pendidikan. Terdapat enam fase capaian

pembelajaran dalam kurikulum merdeka, yaitu fase A, fase B, fase C, fase D, fase E, dan fase F. Jenjang SMP/MTs masuk dalam fase D.

Terdapat empat elemen mata pelajaran Bahasa Indonesia pada fase D, diantaranya menyimak, membaca dan memirsa, berbicara dan mempresentasikan, serta menulis. Elemen dalam penelitian ini adalah elemen membaca dan memirsa. Dalam keputusan Kepala Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 032/H/KR/2024 tentang Capaian Pembelajaran Pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah Pada Kurikulum Merdeka, elemen membaca dan memirsa memiliki capaian pembelajaran sebagai berikut.

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

c. Tujuan Pembelajaran

Tujuan pembelajaran adalah hasil yang ingin dicapai dari proses pembelajaran. Tujuan pembelajaran dirumuskan dengan tetap mengacu pada capaian pembelajaran.

Tujuan pembelajaran dalam penelitian ini adalah peserta didik mampu menginterpretasi pesan iklan komersial dan menganalisis iklan efektif.

d. Indikator Ketercapaian Tujuan Pembelajaran

Indikator pembelajaran merupakan petunjuk untuk mengukur pencapaian tujuan pembelajaran. Delafini, dkk (2014: 7) mengemukakan indikator adalah penanda pencapaian kompetensi yang ditandai dengan perubahan perilaku yang dapat diukur, yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan. Indikator pembelajaran menjabarkan kompetensi-kompetensi yang perlu dicapai oleh peserta didik.

Indikator ketercapaian tujuan pembelajaran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Peserta didik mendeskripsikan pesan iklan komersial yang memuat informasi tentang produk dengan tepat yang dibaca dan dipirsa disertai buktinya.
- 2) Peserta didik mendeskripsikan pesan iklan komersial yang memuat informasi tentang pembuat produk dengan tepat yang dibaca dan dipirsa disertai buktinya.
- 3) Peserta didik mendeskripsikan pesan iklan komersial yang memuat informasi tentang tujuan produk dengan tepat yang dibaca dan dipirsa disertai buktinya.
- 4) Peserta didik mendeskripsikan pesan iklan komersial yang memuat informasi tentang keunggulan produk dengan tepat yang dibaca dan dipirsa disertai buktinya.
- 5) Peserta didik menganalisis iklan dengan memerhatikan kalimat atau teks dalam iklan dengan tepat yang dibaca dan dipirsa disertai dengan alasannya.
- 6) Peserta didik menganalisis iklan dengan memerhatikan gambar dalam iklan dengan tepat yang dibaca dan dipirsa disertai dengan alasannya.

- 7) Peserta didik menganalisis iklan dengan memerhatikan kelengkapan informasi dalam iklan dengan tepat yang dibaca dan dipirsa disertai dengan alasannya.

2. Hakikat Membaca dan Memirsa

Membaca merupakan kegiatan memperoleh informasi dari sebuah tulisan. Pada peserta didik, membaca berfungsi untuk memperoleh pemahaman terkait isi materi suatu pembelajaran melalui media tulisan. Nurhadi (2016: 2) mengemukakan "Membaca adalah proses pengolahan bacaan secara kritis-kreatif yang dilakukan pembaca untuk memperoleh pemahaman menyeluruh tentang bacaan itu, yang diikuti oleh penilaian terhadap keadaan, nilai, fungsi, dan dampak bacaan itu". Dalam keputusan Kepala Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 032/H/KR/2024 tentang Capaian Pembelajaran Pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah Pada Kurikulum Merdeka, membaca merupakan kemampuan peserta didik untuk memahami, memaknai, menginterpretasi, dan merefleksi teks sesuai dengan tujuan dan kepentingannya untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan potensi. Definisi membaca adalah aktivitas seorang pembaca untuk memperoleh isi tulisan dari penulis, pada peserta didik kemampuan membaca bertujuan dalam mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan potensinya.

Memirsa merupakan kegiatan memperoleh informasi dari sebuah tontonan. Pada peserta didik, memirsa berfungsi untuk memperoleh pemahaman terkait isi dari materi pembelajaran melalui media audio visual. Salbino dalam Huri, dkk (2021: 227-

228) mengemukakan memirsa merupakan aktivitas yang bertujuan untuk memahami atau menafsirkan suatu gambar visual yang berhubungan dengan kata-kata lisan atau tertulis yang menyertainya. Lebih lanjut Ni'mah (2023: 326) menjelaskan bahwa keterampilan memirsa adalah kemampuan peserta didik untuk memahami dan menafsirkan isi yang disajikan melalui media visual atau audio visual. Deskripsi memirsa dalam SK Nomor 032/H/KR/2024 tentang Capaian Pembelajaran Pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah Pada Kurikulum Merdeka, memirsa merupakan kemampuan untuk memahami, memaknai, menginterpretasi, dan merefleksi sajian visual dan/atau audio visual sesuai dengan tujuan dan kepentingannya untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan potensi peserta didik. Memirsa berarti proses memahami dan menafsirkan isi dari suatu konteks dengan berbantuan media visual atau audio visual untuk tujuan pengembangan pengetahuan, keterampilan dan potensi.

Salah satu elemen capaian pembelajaran dalam kurikulum merdeka adalah membaca dan memirsa. Dalam keputusan Kepala Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 032/H/KR/2024 tentang Capaian Pembelajaran Pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah Pada Kurikulum Merdeka, capaian pembelajaran fase D untuk elemen membaca dan memirsa adalah peserta didik mampu memahami informasi berupa gagasan, pikiran, pandangan, arahan atau pesan dari teks visual dan audiovisual untuk menemukan makna tersurat dan tersirat. Peserta didik mampu menginterpretasikan informasi untuk

mengungkapkan kepedulian dan/atau pendapat pro/kontra dari teks visual dan audiovisual. Peserta didik mampu menggunakan sumber informasi lain untuk menilai akurasi (ketepatan) dan kualitas data serta membandingkan informasi pada teks; mengeksplorasi dan mengevaluasi berbagai topik aktual yang dibaca dan dipirsa.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli tersebut, dapat penulis simpulkan bahwa membaca merupakan kegiatan yang berfungsi untuk memahami isi dari tulisan, dan memirsa merupakan kegiatan yang berfungsi untuk memahami isi dari media visual dan/atau audio visual. Sehubungan dengan SK Kemdikbudristek Nomor 032/H/KR/2024, membaca dan memirsa termasuk pada capaian pembelajaran Bahasa Indonesia. Pada penelitian ini yang menjadi permasalahan adalah kemampuan membaca dan memirsa peserta didik dalam pembelajaran teks iklan.

3. Hakikat Model Pembelajaran *Two Stay Two Stray*

a. Pengertian Model Pembelajaran *Two Stay Two Stray*

Model pembelajaran tipe kooperatif terdapat banyak macamnya, salah satunya adalah model pembelajaran *two stay two stray*. Model pembelajaran *two stay two stray* adalah salah satu model pembelajaran tipe kooperatif yang melibatkan kelompok kecil dalam penyebaran informasi secara menyeluruh kepada semua kelompok atau peserta didik. Suprijono (2009: 77) menjelaskan bahwa

Metode *two stay two stray* atau metode dua tinggal dua tamu merupakan metode pembelajaran yang diawali dengan pembagian kelompok (*kooperatif learning*). Setelah kelompok terbentuk, guru memberikan tugas berupa permasalahan-permasalahan yang harus didiskusikan jawabannya. Setelah diskusi intrakelompok, dua orang masing-masing kelompok meninggalkan kelompoknya untuk bertamu kepada kelompok lain.

Sejalan dengan Suprijono, Krisno (2016: 152) mengungkapkan model pembelajaran kooperatif tipe *two stay two stray* yaitu salah satu tipe pembelajaran kooperatif yang memberikan kesempatan kepada kelompok membagikan hasil dan informasi kepada kelompok lain. Lebih lanjut, Shoimin (2017: 222) mengemukakan model pembelajaran kooperatif *two stay two stray* adalah dua orang peserta didik tinggal di kelompok dan dua orang peserta didik bertamu ke kelompok lain. Model pembelajaran *two stay two stray* merupakan model pembelajaran kooperatif yang melibatkan antar kelompok belajar untuk berbagi informasi.

Berdasarkan pendapat tersebut, penulis menyimpulkan pengertian model pembelajaran *two stay two stray* adalah salah satu model pembelajaran yang mendorong peserta didik untuk bertukar informasi atau pengetahuan baik di dalam kelompok atau kelompok lain, dengan cara mendelegasikan anggota kelompok untuk berkunjung pada kelompok lain. Hal ini menjadikan penyebaran informasi dari tiap peserta didik tersebar dengan baik, karena model pembelajaran *two stay two stray* memotivasi peserta didik untuk saling berbagi antar kelompok.

b. Langkah-Langkah Model Pembelajaran *Two Stay Two Stray*

Terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan ketika menggunakan model pembelajaran *two stay two stray* dalam proses pembelajaran. Langkah-langkah model pembelajaran *two stay two stray* menurut Isjoni dalam Herawati (2015: 100) antara lain:

- a. Guru membagi siswa dalam beberapa kelompok yang setiap kelompoknya terdiri dari empat siswa.

- b. Kelompok yang dibentuk pun merupakan kelompok heterogen seperti pada pembelajaran kooperatif tipe *two stay two stray* yang bertujuan untuk memberikan kesempatan pada siswa untuk saling membelajarkan dan saling mendukung.
- c. Guru memberikan sub pokok bahasan pada tiap-tiap kelompok untuk dibahas bersama-sama dengan anggota kelompoknya masing-masing.
- d. Siswa bekerja sama dalam kelompok beranggotakan empat orang.

Langkah-langkah yang digunakan dalam pelaksanaan model pembelajaran kooperatif tipe *two stay two stray* disampaikan oleh Shoimin (2017: 223) sebagai berikut:

- a. Siswa bekerja sama dalam kelompok berempat seperti biasa.
- b. Setelah selesai, dua siswa dari masing-masing kelompok akan meninggalkan kelompoknya dan masing-masing bertamu ke kelompok yang lain.
- c. Dua siswa tinggal dalam kelompok bertugas membagikan hasil kerja dan informasi mereka ke tamu mereka.
- d. Tamu mohon diri dan kembali ke kelompok mereka sendiri dan melaporkan temuan mereka dair kelompok lain.
- e. Kelompok mencocokkan dan membahas hasil-hasil kerja mereka.

Langkah-langkah model pembelajaran *two stay two stray* membagi peserta didik menjadi beberapa kelompok, kemudian kelompok tersebut diberi tugas atau permasalahan untuk diselesaikan, setelah mereka selesai dengan kelompoknya sendiri, sebagian peserta didik dari setiap kelompok berkunjung ke kelompok lain untuk saling berbagi informasi.

Berdasarkan pendapat tersebut, penulis memodifikasi langkah-langkah model pembelajaran *two stay two stray* untuk kemampuan menginterpretasi dan menganalisis teks iklan yaitu sebagai berikut.

1. Peserta didik dibagi menjadi beberapa kelompok, terdiri dari 4 orang secara heterogen.
2. Guru membagikan teks iklan.

3. Peserta didik mencermati teks iklan yang diberikan oleh guru.
4. Secara berkelompok peserta didik berdiskusi interpretasi pesan iklan komersial dan analisis iklan efektif.
5. Secara berkelompok peserta didik mengisi LKPD yang telah disediakan.
6. Dua peserta didik dari tiap kelompok bertemu ke kelompok yang lain.
7. Dua peserta didik yang tinggal dalam kelompok bertugas memberitahukan hasil kerja dan informasi mereka ke tamu mereka.
8. Anggota kelompok yang berkunjung mohon diri untuk kembali ke kelompoknya masing-masing untuk menjelaskan informasi yang didapat dari kelompok lain.
9. Kelompok membandingkan dan berdiskusi menyelesaikan hasil kerja mereka yang berkaitan dengan interpretasi pesan iklan komersial dan analisis iklan efektif.
10. Peserta didik mempresentasikan hasil diskusi di depan kelas secara bergiliran.
11. Kelompok lain diberi kesempatan untuk menanggapi.

c. Kelebihan dan Kekurangan Model Pembelajaran *Two Stay Two Stray*

Setiap model pembelajaran memiliki kelebihan dan kekurangan terutama dalam mekanisme penerapan dalam pembelajaran. Pada model pembelajaran *two stay two stray* kelebihan dan kekurangannya menurut Krisno (2016: 153) sebagai berikut:

Kelebihan model pembelajaran *two stay two stray* (TSTS):

- a. Pembelajaran akan lebih bermakna.
- b. Pembelajaran berpusat pada siswa.
- c. Siswa akan lebih aktif.
- d. Siswa lebih berani mengungkapkan pendapatnya.
- e. Meningkatkan kemampuan berbicara siswa.
- f. Dapat meningkatkan minat siswa.

Kekurangan model pembelajaran *two stay two stray* (TSTS):

- a. Memerlukan waktu yang lama.

- b. Membutuhkan banyak persiapan.
- c. Siswa yang kurang akan bergantung kepada siswa yang pintar maka ada kecenderungan siswa tidak mau belajar.

Pembelajaran yang berpusat pada peserta didik menjadi salah satu kelebihan dari model pembelajaran *two stay two stray* yang berorientasi pada kurikulum merdeka. Keterampilan peserta didik dalam berbicara dan bekerja sama pun dapat meningkat. Namun dalam kekurangannya, peserta didik yang pintar akan mendominasi kondisi kelas tetapi hal tersebut dapat dibimbing dan diawasi oleh guru supaya pembelajaran kondusif.

Sejalan dengan Krisno, Shoimin (2017: 225) menjelaskan kelebihan model pembelajaran *two stay two stray* sebagai berikut:

- a. Mudah dipecah menjadi berpasangan.
- b. Lebih banyak tugas yang bisa dilakukan.
- c. Guru mudah memonitor.
- d. Dapat diterapkan pada semua kelas/tingkatan.
- e. Kecenderungan belajar siswa menjadi lebih bermakna.
- f. Lebih berorientasi pada keaktifan.
- g. Diharapkan siswa akan berani mengungkapkan pendapatnya.
- h. Menambah kekompakan dan rasa percaya diri siswa.
- i. Kemampuan berbicara siswa dapat ditingkatkan.
- j. Membantu meningkatkan minat dan prestasi belajar.

Kekurangan model pembelajaran *two stay two stray* sebagai berikut:

- a. Membutuhkan waktu yang lama.
- b. Siswa cenderung tidak mau belajar dalam kelompok.
- c. Bagi guru, membutuhkan banyak persiapan (materi, dana, dan tenaga).
- d. Guru cenderung kesulitan dalam pengelolaan kelas.
- e. Membutuhkan waktu lama.
- f. Membutuhkan sosialisasi yang lebih baik.
- g. Jumlah genap bisa menyulitkan pembentukan kelompok.
- h. Siswa mudah melepaskan diri dari keterlibatan dan tidak memerhatikan guru.
- i. Kurang kesempatan untuk memerhatikan guru.

Keaktifan akan terjadi dalam kelas, semua peserta didik bekerja sama dan saling berbagi informasi, serta dapat diterapkan pada semua kelas atau tingkatan. Hal tersebut menjadi kelebihan yang berarti dalam model pembelajaran *two stay two stray*, tetapi guru dihadapkan pada penanganan peserta didik yang kurang dalam kelompok, pengelolaan kelas yang berat karena harus mengontrol dan membimbing kondisi kelas yang aktif.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli, dapat penulis simpulkan bahwa model *two stay two stray* memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan model pembelajaran *two stay two stray* sebagai berikut:

- 1) Pembelajaran berfokus pada keaktifan peserta didik.
- 2) Interaksi peserta didik dalam pembelajaran lebih aktif.
- 3) Meningkatkan kemampuan berbicara peserta didik.
- 4) Meningkatkan minat dan belajar peserta didik.
- 5) Meningkatkan kerjasama antar peserta didik.

Kekurangan model pembelajaran *two stay two stray* sebagai berikut:

- 1) Perhatian peserta didik terhadap guru akan berkurang.
- 2) Diperlukan persiapan yang matang untuk guru dalam membagi kelompok, pengonsepan materi, dan sosialisasi pembelajaran.
- 3) Pengontrolan kondisi kelas dan peserta didik cenderung sulit.
- 4) Membutuhkan waktu lama dalam proses bertukar informasi antar kelompok.

Dengan demikian, penerapan model pembelajaran *two stay two stray* menuntut peserta didik untuk berperan aktif dalam kegiatan pembelajaran dan guru berperan penting dalam membimbing serta mengontrol peserta didik.

4. Hakikat Teks Iklan

a. Pengertian Teks Iklan

Iklan adalah teks yang mendorong dan membujuk khalayak agar tertarik pada pesan yang disampaikan. Kasali dalam Jaiz (2014: 2), secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditunjukkan oleh suatu masyarakat lewat suatu media. Untuk membedakan dengan pengumuman biasa, iklan lebih diarahkan untuk membujuk orang supaya membeli. Iklan juga dapat diartikan sebagai pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang dan jasa yang dijual; dimuat di media massa seperti surat kabar dan majalah, atau di tempat-tempat umum. Seiring perkembangan zaman semakin canggih, penggunaan iklan kini banyak ditemukan pada sosial media. Tetapi iklan tidak berarti selalu teks tentang penjualan, adapula iklan yang berisi informasi berupa ajakan, larangan, dan lain sebagainya.

Madjadikara dalam Triana (2014: 6-7)

Membagi iklan menjadi 3 jenis, yakni: iklan komersial, iklan non-komersial, dan iklan *corporate*. Iklan komersial adalah iklan yang bertujuan mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa. Iklan komersial yang dimuat atau disiarkan melalui media audio (radio), audiovisual (televisi) dalam bahasa inggris disebut *commercial*. Iklan non-komersial banyak jenisnya, termasuk iklan undangan tender, orang hilang, lowongan kerja, duka cita, mencari istri atau suami dan sebagainya. Dan iklan *corporate* adalah iklan yang bertujuan membangun citra *image* suatu perusahaan yang pada akhirnya tentu diharapkan juga membangun citra positif produk-produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut.

Iklan memang identik dengan penawaran atau penjualan, tetapi ada iklan yang termasuk dalam iklan non-komersial yakni iklan yang berisi informasi tentang ajakan, larangan, himbauan, peringatan dan lain sebagainya suatu acara atau kegiatan.

Sejalan dengan definisi iklan menurut Kasali dan Madjadikara, Kosasih dan Kurniawan (2018: 260) mengemukakan ”Teks iklan yaitu teks yang mengomunikasikan suatu pesan, gagasan, ataupun pemikiran kepada orang lain dan cenderung bersifat persuasif”. Bahasa yang persuasif menjadi ciri khas dari teks iklan, penggunaan bahasa yang menarik menjadi pembeda antara teks iklan dengan teks yang lain.

Menurut pendapat dari beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa teks iklan merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan bahasa persuasif atau mengajak, bertujuan untuk menjelaskan suatu informasi maupun produk baik barang atau jasa kepada khalayak. Teks iklan tidak selalu tentang penjualan, tergantung jenisnya. Iklan yang berfungsi sebagai penyampaian informasi tentang ajakan, larangan, himbauan, dan lain sebagainya itu termasuk dalam iklan non-komersial. Berbeda dengan iklan komersial yang diperuntukkan untuk penjualan atau informasi tentang suatu produk penjualan.

b. Pengertian dan Informasi dalam Iklan Komersial

Iklan komersial yaitu iklan yang dipergunakan untuk tujuan penjualan atau menarik perhatian khalayak terhadap produk. Eva Arifin dalam Yusuf (2019: 12) menuturkan, iklan komersial atau iklan niaga adalah suatu iklan yang digunakan untuk menciptakan suatu pesan hasil produk dari produsen kepada konsumen dengan

harapan mendorong daya beli publik terhadap produk tertentu atas citra kualitas produk itu sendiri. Sejalan dengan Eva Arifin, Kotler dan Armstrong dalam Aprianti (2023: 13) menjelaskan bahwa iklan komersial merupakan iklan yang memiliki tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan dari produk yang dipromosikan. Iklan komersial sudah pasti memiliki target audiens yang jelas untuk mendapatkan pengembalian modal dan keuntungan penjualan. Kesimpulan dari kedua pendapat ahli pada pengertian iklan komersial adalah iklan yang memiliki tujuan untuk mendapatkan perhatian dari audiens atau konsumen yang dituju mengenai barang atau jasa yang diproduksi. Hal ini sinkron dengan pengertian iklan komersial dalam buku ajar peserta didik kurikulum merdeka yang mengatakan bahwa iklan komersial adalah iklan yang bertujuan untuk mempromosikan sebuah produk atau jasa.

Informasi dalam iklan komersial biasanya memuat informasi produk yang dikenalkan, penjelasan tentang produk, keunggulan produk, cara mendapatkan produk, dan testimoni. Pada testimoni ini jarang sekali digunakan pada iklan yang ditemukan masa kini. Deskripsi tentang testimoni bisa kita temukan pada ulasan produk atau komentar pada *online shop* atau media promosi lainnya. Lebih jelas Gusfitri dan Delfia (2021: 48-49) memaparkan, informasi dalam iklan komersial memuat informasi seputar produk. Informasi tersebut meliputi:

- a. Siapa pembuat iklan/produk.
Konsumen akan mengetahui pihak yang bertanggung jawab atas produk/iklan.
- b. Apa produknya.
Konsumen akan mengetahui produk yang diiklankan.
- c. Apa keunggulan produk.
Konsumen tertarik untuk menggunakan produk tersebut.
- d. Siapa konsumen yang dituju.

Iklan produk tersebut tepat sasaran.

Informasi yang tidak dicantumkan akan berakibat pada kebingungan konsumen mengenai produk atau iklan tersebut.

Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis menyimpulkan pengertian dan informasi dalam iklan komersial, iklan komersial bertujuan dalam promosi terkait barang atau jasa yang dibuat dan informasi dalam iklan komersial memuat informasi perihal produknya yakni siapa pembuat iklan/produk, apa produknya, keunggulan produk, dan konsumen yang dituju. Untuk tujuan pembelajaran Bahasa Indonesia di kelas VIII informasi yang ada dalam iklan adalah produk, pembuat produk, tujuan konsumen, dan keunggulan produk.

c. Iklan yang Efektif

Iklan yang tujuannya tercapai, informasinya sampai kepada konsumen yang tepat merupakan definisi dari iklan yang efektif. Efektif dalam KBBI berarti ada efeknya, dapat membawa hasil, atau tepat guna. Durianto, dkk dalam Riyantoro dan Harmoni (2013: 256-257)

Iklan yang efektif adalah iklan yang dibuat sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan mudah dicerna dan dimengerti oleh masyarakat dan mengandung informasi yang benar sehingga mekanisme pasar berhasil bekerja untuk menjadikan pesan suatu iklan dapat tertanam secara mendalam dalam benak konsumen dan konsumen mencermatinya dengan sudut pandang yang benar.

Sejalan dengan Durianto, Lukitaningsih (2013: 122) mengungkapkan "Suatu iklan dapat dikatakan efektif, apabila tujuan dari periklanan tersebut dapat tercapai atau terlaksana". Tujuan dari suatu iklan berbeda-beda tergantung jenisnya, namun secara

umum kesesuaian isi pesan dan tindakan yang akan terjadi (konsumen/pembaca) menjadi salah satu indikasi efektivitas iklan.

Pengukuran keefektifan iklan dapat diukur dengan model EPIC. Duriyanto, dkk dalam Riyantoro dan Harmoni (2013: 258) model EPIC terdiri dari empat dimensi sebagai berikut:

- a. Dimensi empati, yang menginformasikan apakah konsumen menyukai suatu bentuk komunikasi pemasaran dan menggambarkan bagaimana konsumen melihat hubungan antara suatu bentuk komunikasi pemasaran dengan pribadinya.
- b. Dimensi persuasi, menginformasikan apa yang dapat diberikan suatu bentuk komunikasi pemasaran untuk penguatan karakter suatu merek, sehingga pemasar memperoleh pemahaman tentang dampak komunikasi pemasaran terhadap keinginan konsumen untuk membeli.
- c. Dimensi dampak, menunjukkan apakah suatu merek dapat terlihat menonjol dibanding merek lain pada kategori yang serupa.
- d. Dimensi komunikasi, memberikan informasi tentang kemampuan konsumen dalam mengingat pesan utama yang disampaikan, pemahaman konsumen dan kekuatan kesan yang ditinggalkan pesan tersebut.

Sedangkan dalam hal pembelajaran Bahasa Indonesia di kelas VIII SMP/MTs, Gusfitri dan Delfia (2021: 53) untuk menganalisis iklan yang efektif dapat dilakukan dengan melihat beberapa komponen sebagai berikut:

- a. Teks iklan, yaitu melihat dari kalimat atau kata-kata suatu iklan itu apakah mudah dimengerti, sederhana, cocok untuk orang dewasa atau anak-anak dan lain sebagainya.
- b. Gambar, yaitu ilustrasi dari produk yang diiklankan apakah menarik, kreatif, dan menarik perhatian.
- c. Kelengkapan informasi, yaitu dilihat dari isi pesan dalam suatu iklan lengkap yang terdiri dari nama produk, pembuat produk, tujuan produk, dan keunggulan produk.

Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis menyimpulkan iklan yang efektif adalah iklan yang pesannya tersampaikan dengan tepat kepada konsumen/pembaca

yang dituju serta tujuan iklannya tercapai. Untuk tujuan pembelajaran Bahasa Indonesia di kelas VIII SMP/MTs, komponen dalam melihat suatu iklan dikategorikan efektif adalah dengan melihat dari teks, gambar, dan kelengkapan informasi iklan.

5. Hakikat Menginterpretasi Pesan Iklan Komersial dan Menganalisis Iklan Efektif

a. Menginterpretasi Pesan Iklan Komersial

Interpretasi adalah kemampuan seseorang dalam menafsirkan makna dari suatu materi berdasarkan apa yang dilihat, dibaca, atau ditonton. Dalam KBBI VI, makna menginterpretasi yaitu menafsirkan. Berasal dari kata interpretasi yakni pemberian kesan, pendapat, atau pandangan teoretis terhadap sesuatu atau dengan kata lain adalah tafsiran. Kurniasari (2018: 42) menjelaskan bahwa interpretasi adalah kemampuan menangkap maksud dan makna dari apa yang dilihatnya. Menginterpretasi yang dimaksud adalah peserta didik mampu untuk menafsirkan pesan-pesan yang ada dalam iklan komersial. Penulis menyimpulkan bahwa menginterpretasi pesan iklan komersial yakni menafsirkan atau memaparkan pesan apa saja yang terdapat dalam iklan komersial meliputi informasi tentang siapa pembuat iklan, apa produknya, apa keunggulan produk, dan konsumen yang dituju dalam iklan tersebut sehingga memperoleh pemahaman tentang pesan-pesan yang terkandung dalam iklan komersial.

Berikut penulis sajikan contoh menginterpretasi pesan dalam iklan komersial.

Contoh Teks Iklan Komersial



Gambar 2. 1 Contoh Iklan Komersial
(Sumber: Bahasa Indonesia untuk Kelas VIII SMP/MTs Kemdikbudristek 2021: 44)

Tabel 2. 1 Contoh Interpretasi Pesan Iklan Komersial

No	Pertanyaan	Jawaban	Jawaban Diketahui dari
1.	Produk apa yang dijual dalam iklan?	Menjual sayuran dan buah-buahan	Dari gambar dan teks yang ditampilkan dalam iklan.
2.	Siapa nama pembuat produk iklan tersebut?	Kios Pak Jal	Teks "Kios Pak Jal. Jalan Kayumanis No. 2"

3.	Iklan tersebut ditujukan untuk siapa?	Iklan ditujukan untuk mereka yang kegiatan sehari-harinya memasak. Konsumen utama adalah ibu rumah tangga.	Testimoni dari konsumen bernama Bu Yati.
4.	Pesan apa yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut?	Mengajak orang-orang untuk membeli bahan masakan di Kios Pak Jal.	Teks testimoni yang ada di iklan. Teks tersebut bersifat membujuk orang agar membeli bahan masakan di kios tersebut. Ajakan itu juga disampaikan melalui foto-foto sayur-mayur segar.

b. Menganalisis Iklan Efektif

Analisis adalah kemampuan menyelidiki atau memeriksa suatu peristiwa untuk tujuan membedakan, memilah, mencari kaitannya sehingga dapat ditafsirkan atau disimpulkan berdasarkan data-data yang diteliti. Dalam KBBI VI, analisis yaitu penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya). Menganalisis berarti melakukan kegiatan analisis. Menurut Wiradi dalam Sitepu (2021: 7) menjelaskan analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti menguasai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya. Menganalisis yang dimaksud adalah peserta didik mampu untuk menemukan perbedaan dan penelaahan tentang iklan. Penulis menyimpulkan

bahwa proses menganalisis yakni menelaah perbedaan dan isi antar iklan yang dikategorikan efektif atau tidak efektif meliputi bagian teks iklan, gambar, dan kelengkapan informasi sehingga memperoleh pemahaman tentang perbandingan iklan yang efektif dengan iklan yang tidak efektif.

Berikut penulis sajikan contoh menganalisis iklan efektif:

Contoh Analisis Iklan



Gambar 2. 2 Contoh Analisis Iklan

(Sumber: Bahasa Indonesia untuk Kelas VIII SMP/MTs Kemdikbudristek 2021: 52)

Tabel 2. 2 Contoh Analisis Iklan

Hal yang dianalisis	Iklan 1	Iklan 2
Teks Iklan	Teks sedikit, sederhana, dan mudah dimengerti.	Teks banyak, tidak cocok untuk anak-anak, dan lebih cocok untuk orang dewasa.

Gambar	Memuat gambar permen yang mencolok. Pada iklan juga terdapat gambar anak yang sedang memakan permen. Ekspresi wajah anak terlihat gembira. Ekspresi gembira mendukung pesan iklan bahwa permen Milki punya rasa yang enak.	Hanya ada gambar permen sebagai pelengkap teks. Gambar kurang menonjol sehingga kurang menarik perhatian. Iklan justru lebih menonjolkan teks yang cukup panjang sehingga terkesan kurang menarik.
Kelengkapan Informasi	Mengandung informasi yang lengkap tentang a. Nama produk, yaitu permen Milki b. Keistimewaan produk, yaitu rasa permen yang enak c. Pembuat produk, yaitu Bintang Milki d. Konsumen yang dituju, yaitu anak-anak, tercermin dari gambar dan bahasa iklan yang mudah dipahami anak-anak.	Tidak mengandung informasi yang lengkap tentang a. Pembuat produk b. Konsumen yang dituju Produknya ditujukan untuk anak-anak, tetapi bahasa iklan yang digunakan untuk orang dewasa.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Penulis memilih model pembelajaran *two stay two stray* karena penulis telah melakukan studi pendahuluan dengan membaca beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan model pembelajaran *two stay two stray*. Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melaksanakan penelitian. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi untuk memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis.

Penelitian yang dilakukan oleh Indra Rahayu Permana dari Universitas Siliwangi pada tahun 2021 dengan judul skripsi ”Peningkatan Kemampuan Mengidentifikasi Informasi dan Menyimpulkan Isi Teks Iklan dengan Menggunakan Model Pembelajaran *Two Stay Two Stray* (Dua Tinggal Dua Tamu) (Penelitian Tindakan Kelas pada Peserta Didik Kelas VIII MTs-Assa’adah Tahun Ajaran 2019/2020)”. Terdapat kemiripan persamaan antara variabel Y yakni kemampuan mengidentifikasi informasi dan menyimpulkan isi teks iklan namun pada skripsi Indra masih menggunakan kurikulum 2013 sedangkan penelitian penulis menggunakan kurikulum merdeka serta persamaan model pembelajaran yang digunakan. Perbedaannya terletak pada jenis penelitian dan subjek yang menjadi sasaran penelitian. Berdasarkan penelitian tersebut, pada siklus ke satu peserta didik yang telah mencapai KKM sebanyak 5 orang (23%) dan yang belum mencapai KKM sebanyak 17 orang (77%). Sedangkan pada siklus ke dua, peserta didik yang telah mencapai KKM sebanyak 22 orang (100%). Hal ini menunjukkan bahwa model pembelajaran *two stay two stray* dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa VIII MTs-Assa’adah dalam kemampuan mengidentifikasi informasi teks iklan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Fitriani Astuti dari Universitas Siliwangi pada tahun 2023 dengan judul ”Peningkatan Kemampuan Menelaah Struktur dan Kaidah Kebahasaan serta Menyajikan Data, Gagasan, Kesan dalam Bentuk Teks Deskripsi dengan Menggunakan Model Pembelajaran *Two Stay Two Stray* (Penelitian Tindakan Kelas pada Peserta Didik Kelas VII SMP Islam Tarbiyatul Ummah Kota Tasikmalaya Tahun Ajaran 2020/2021)”. Persamaan penelitian tersebut dengan

penelitian yang dilakukan penulis adalah dari model pembelajaran yang digunakan. Perbedaannya terletak pada jenis penelitian, teks pembelajaran, dan subjek yang menjadi sasaran penelitian. Berdasarkan penelitian tersebut, Pada siklus pertama peserta didik yang sudah mencapai KKB sebanyak 11 peserta didik (39%) dan peserta didik yang belum mencapai KKB berjumlah 17 peserta didik (61%) sedangkan pada siklus kedua peserta didik yang telah mencapai KKB berjumlah 28 orang (100%) dan telah melampaui KKB sekolah. Hal tersebut menunjukkan bahwa model pembelajaran *two stay two stray* dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa VII SMP Islam Tarbiyatul Ummah dalam kemampuan menelaah struktur dan kaidah kebahasaan serta menyajikan gagasan dalam teks deskripsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Elin Nuraeni dari Universitas Siliwangi pada tahun 2023 dengan judul "Pengaruh Model Pembelajaran *Two Stay Two Stray* Terhadap Kemampuan Menelaah Struktur dan Kebahasaan serta Menyajikan Teks Persuasi yang Dibaca. (Eksperimen pada Peserta Didik Kelas VIII MTs Miftahul Falah Panumbangan Ciamis Tahun Ajaran 2020/2021)". Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis terdapat pada penggunaan jenis penelitian dan model pembelajaran yang digunakan. Sedangkan perbedaannya adalah dari teks pembelajaran yang digunakan serta subjek penelitian. Berdasarkan penelitian tersebut, kelas eksperimen yang menggunakan model pembelajaran *two stay two stray* mengalami perubahan sebanyak 52% dan pada kelas kontrol hanya mengalami perubahan sebanyak 38% dalam pembelajaran teks persuasi. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan model pembelajaran *two stay two stray* dapat berpengaruh

terhadap hasil belajar siswa kelas VIII MTs Miftahul Falah pada pembelajaran teks persuasi.

C. Anggapan Dasar

Anggapan dasar merupakan acuan pemikiran yang diyakini kebenarannya oleh penulis sebagai tempat berpijak dalam melaksanakan penelitian. Heryadi (2014: 31) mengemukakan bahwa anggapan dasar menjadi acuan atau landasan pemikiran dalam merumuskan hipotesis. Sejalan dengan hal tersebut dapat dirumuskan anggapan dasar dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Kemampuan menginterpretasi dan menganalisis teks iklan adalah salah satu kemampuan yang perlu dikuasai peserta didik kelas VIII SMPN 17 Tasikmalaya Tahun Ajaran 2024/2025.
2. Model pembelajaran adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan pembelajaran.
3. Model pembelajaran *two stay two stray* merupakan model pembelajaran yang menjadikan permasalahan nyata sebagai konteks untuk peserta didik dalam pembelajaran menginterpretasi dan menganalisis teks iklan.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap penelitian yang akan dilaksanakan. Sama halnya seperti yang dikemukakan oleh Heryadi (2014: 32), "Hipotesis adalah pendapat yang kebenarannya masih rendah". Berdasarkan anggapan dasar tersebut, penulis merumuskan hipotesis bahwa model pembelajaran *two stay two stray* berpengaruh terhadap kemampuan menginterpretasi dan menganalisis teks iklan pada peserta didik kelas VIII SMPN 17 Tasikmalaya Tahun Ajaran 2024/2025.