

BAB II LANDASAN TEORETIS

A. KAJIAN TEORETIS

1. Hakikat Pembelajaran Menulis Teks Iklan Berdasarkan Kurikulum Merdeka di kelas VIII

a. Capaian Pembelajaran

Capaian Pembelajaran (CP) merupakan kompetensi pembelajaran yang harus dicapai peserta didik pada setiap fase perkembangan. Capaian pembelajaran mencakup sekumpulan kompetensi dan lingkup materi, yang disusun secara komprehensif dalam bentuk narasi.

Capaian pembelajaran untuk pendidikan dasar dan menengah terdiri dari 6 fase, yaitu fase A hingga fase F, yang meliputi seluruh mata pelajaran di jenjang pendidikan dasar dan menengah (SD/MI, SMP/MTs, SMA/MA, SMK, MAK, SDLB, SMPLB, SMALB, Paket A, Paket B, dan Paket C), sesuai dengan pembagian berikut.

Pada peserta didik jenjang/kelas VIII termasuk fase D, 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 paparan tentang topik yang beragam dan karya sastra. Peserta didik menulis berbagai teks untuk menyampaikan pengamatan dan pengalamannya dengan lebih terstruktur, dan menuliskan tanggapannya terhadap paparan dan bahan bacaan menggunakan pengalaman dan pengetahuannya. Elemen capaian pembelajaran Bahasa Indonesia fase D yang peneliti ambil yaitu elemen menulis adalah sebagai berikut.

Tabel 2.1
Capaian Pembelajaran Bahasa Indonesia Fase D

Topik	Teks Iklan
Fase dan Elemen	Fase D dan Menulis
Capaian Pembelajaran	Peserta didik mampu menulis gagasan, pikiran, pandangan, arahan atau pesan tertulis untuk berbagai tujuan secara logis, kritis, dan kreatif.

b. Tujuan Pembelajaran

Tujuan Pembelajaran adalah deskripsi pencapaian dua aspek kompetensi, yakni keterampilan, dan sikap yang diperoleh peserta didik dalam suatu atau lebih kegiatan pembelajaran. Tujuan pembelajaran disusun dengan memperhatikan kemungkinan pengumpulan bukti yang dapat diamati dan diukur melalui asesmen sehingga peserta didik dapat dipantau ketercapaiannya atas tujuan pembelajaran tersebut.

Tabel 2.2
Tujuan Pembelajaran

Menulis gagasan, pikiran, dan pandangan dalam teks iklan yang memuat struktur dan kaidah kebahasaan teks iklan
--

Berdasarkan Tujuan Pembelajaran tersebut, penulis merumuskan kriteria ketercapaian pembelajaran sebagai berikut.

- 1) Menulis teks iklan yang memuat judul dan sub judul dari struktur teks berita yang dibaca dengan tepat
- 2) Menulis teks iklan yang memuat teks inti dari struktur teks berita yang dibaca

dengan tepat.

- 3) Menulis teks iklan yang memuat kalimat dasar dari struktur teks berita yang dibaca dengan tepat.
- 4) Menulis teks iklan yang memuat logo atau nama perusahaan dari struktur teks berita yang dibaca dengan tepat.
- 5) Menulis teks iklan yang memuat foto produk dari struktur teks berita yang dibaca dengan tepat.
- 6) Menulis teks iklan yang menggunakan kalimat persuasif dari kaidah kebahasaan teks berita yang dibaca dengan tepat.
- 7) Menulis teks iklan yang menggunakan bahasa sederhana dari kaidah kebahasaan teks berita yang dibaca dengan tepat.

2. Hakikat Teks Iklan

a. Pengertian Teks Iklan

Iklan adalah bentuk komunikasi yang digunakan untuk mempromosikan produk, jasa, atau ide kepada khalayak dengan tujuan menarik perhatian, membujuk, dan mempengaruhi mereka agar melakukan tindakan tertentu, seperti membeli atau menggunakan sesuatu.

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:452) mengemukakan, “Iklan adalah segala bentuk presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, atau jasa yang berbayar.” Dilanjut menurut Tjiptono (Minati:2017) menjelaskan, “Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasarkan pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga

menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.” Kosasih (2018: 86) menjelaskan, “iklan adalah teks yang mendorong dan membujuk khalayak agar tertarik pada pesan yang disampaikan. Komponen iklan pertama adalah mendorong dan membujuk. Sifat yang harus dimiliki iklan adalah yaitu sifat persuasif yang artinya membujuk secara halus (supaya menjadi yakin)”.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat dinyatakan bahwa iklan adalah bentuk komunikasi non personal untuk mempromosikan suatu produk atau jasa agar menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

b. Struktur Teks Iklan

Struktur teks iklan memiliki peran penting dalam membuat iklan lebih menarik dan efektif. Dengan adanya struktur yang jelas, perhatian audiens dapat lebih mudah tertuju pada iklan sejak awal. Selain itu, informasi yang disampaikan menjadi lebih terorganisir sehingga mudah dipahami dan tidak membingungkan. Struktur yang baik juga berkontribusi dalam meyakinkan calon pelanggan melalui penyampaian keunggulan dan manfaat produk. Hal ini dapat meningkatkan kemungkinan mereka untuk membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan.

Kosasih (2014: 264), mengemukakan struktur mendasar yang membentuk sebuah iklan adalah sebagai berikut.

- 1) Judul dan sub judul, biasanya terdapat dibagian atas iklan dapat berupa produk atau jasa yang dilakukan.
- 2) Teks inti atau teks utama, biasanya berisi mengenai hal-hal pokok yang ingin ditawarkan dan diinformasikan.
- 3) Kalimat dasar, yang umumnya dipergunakan untuk mengetengahkan slogan.

Kalimat ini berisi teks yang memiliki daya tarik dan membuat iklan mudah diingat.

- 4) Logo atau nama perusahaan atau nama produk, berisi mengenai nama produk atau jasa yang di iklankan.
- 5) Foto produk, yang menunjukkan penampilan produk yang ditawarkan. Dalam kenyataannya, struktur tersebut tidak selalu berurutan. Kreativitas pembuat iklan sangat berperan sehingga antar iklan yang satu dan yang lainnya memiliki kekhasan tersendiri untuk menarik perhatian khalayak.

Sejalan dengan pendapat Kosasih, Masduki (2001: 70) menjelaskan struktur iklan sebagai berikut.

- 1) Attention getter, berupa sentuhan menarik di awal kalimat,....
- 2) musik atau kalimat yang menghibur dan mampu membawa ke suasana tertentu yang berkaitan dengan pesan pembuat iklan.
- 3) memunculkan simbol kesenian daerah, ungkapan peribahasa....
- 4) Attention getter, berupa sentuhan akhir yang dramatis dan membuat penasaran.

Menurut Kosasih (2017: 261) struktur teks iklan adalah sebagai berikut:

- 1) Judul dan sub judulnya. Misalnya: “Teh Kembang ABG”
- 2) Teks inti atau teks utama. Misalnya: “Temukan kesejukan dan kenikmatan rasa teh krisan alami pada teh Kembang ABG”.
- 3) Kalimat dasar yang umumnya dipergunakan untuk mengetengahkan slogan. Misalnya: “...Kesejukan dan kenikmatan rasa teh krisan alami”.
- 4) Logo atau nama perusahaan atau nama produk. Misalnya: “ABG”
- 5) Foto produk, yang menunjukan penampilan produk yang ditawarkan.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa struktur dasar iklan terdiri dari beberapa elemen penting yang bertujuan untuk menarik perhatian, memberikan informasi, dan meyakinkan audiens, yaitu sebagai berikut.

1. Judul, bagian awal yang menarik perhatian dan menggambarkan isi iklan.
2. Teks Inti/Tubuh Iklan, berisi informasi utama mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.
3. Kalimat Dasar/Slogan, kalimat singkat yang menarik dan mudah diingat.

4. Logo dan Identitas, yaitu nama perusahaan, logo, serta kontak.
5. Foto atau Visual Pendukung, gambar atau simbol yang memperkuat daya tarik.

Meskipun terdapat perbedaan istilah dalam penyebutan unsur-unsur iklan oleh para ahli, inti dari sebuah iklan tetap berfokus pada menarik perhatian (*attention*), memberikan informasi (*body text*), dan menciptakan identitas yang mudah dikenali (logo dan kontak). Kreativitas dalam penyusunan elemen-elemen ini juga berperan besar dalam efektivitas iklan.

c. Kaidah Kebahasaan Teks Iklan

Kaidah kebahasaan teks iklan adalah karakteristik penggunaan bahasa dalam iklan yang bertujuan untuk menarik perhatian, membujuk, dan meyakinkan audiens. Berikut beberapa kaidah kebahasaan menurut para ahli.

Kosasih (2017:47) mengemukakan, “Bahasa iklan sering menggunakan bahasa yang sederhana mudah diingat dan mudah dipahami. Kalimat yang panjang dan berbelit-belit selalu dihindari dalam iklan. Bahasa yang akrab di tengah-tengah halayak itulah yang sering digunakan di samping memberikan kesan positif tentang produk yang ditawarkan”

Rahman (2017:60-61) mengemukakan ciri kebahasaan iklan sebagai berikut:

- 1) Menggunakan Slogan
Slogan adalah perkataan atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menyampaikan sesuatu. Slogan biasanya terdiri dari empat sampai lima kata yang mudah diingat dan tentunya memiliki daya tarik yang kuat agar pesan yang dimaksud bisa sampai ke orang yang diajak.
- 2) Kalimat Persuasif
Kalimat persuasif adalah kalimat yang bertujuan meyakinkan dan membujuk pembaca agar melaksanakan atau menerima gagasan penulis terhadap suatu hal. Terdapat beberapa kalimat persuasif yang terdapat dalam iklan produk

tersebut, salah satunya adalah : "murah, cepat dan handal".

3) Menggunakan Subjek Orang Pertama

Teks iklan biasanya menggunakan subjek orang pertama tunggal atau jamak, seperti aku, saya, dan kami untuk mengikuti pihak atau instansi pemasang iklan. Subjek yang digunakan pada teks iklan tersebut adalah subjek orang pertama jamak, yaitu kami.

4) Menggunakan Gambar yang Menarik

Selain menggunakan kalimat slogan serta persuasif untuk menarik minat pembeli biasanya pada iklan akan disertai gambar dari produk yang ditawarkan

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa teks iklan harus bersifat mengajak dan meyakinkan. Sebuah iklan ada apabila beberapa hal di atas telah terpenuhi dengan baik dan harus memberikan pesan-pesan positif. Khalayak yang melihat atau membaca teks iklan pada zaman sekarang ini tidak hanya dari kalangan orang dewasa saja, anak-anakpun bisa dengan bebas membaca dan memperoleh informasi yang bebas mengenai iklan dari surat kabar maupun media elektronik.

Contoh menulis teks iklan sesuai dengan struktur
dan kaidah kebahasaan teks iklan

LAUNDRY

Telah Hadir dikota Anda!

FREE DELIVERY

Gratis
Amar jemput
Tanpa ribet

BORCELLE Laundry

Mulai dari
Rp. 11.000 /kg

Yuk, hemat waktu dan tenaga!
Serahkan cucianmu ke **LAUNDRY** kami !!

Cucian Menumpuk ???
Kami hadir sebagai solusi.

Icons and labels include: SUPER CLEAN, PRIORITY SERVICE, QUICK & EXPRESS, COMPLETE EQUIPMENT, WASH AND FOLDING SERVICE, and NEATLY FOLDED CLOTHES.

d. Pola Penyajian Teks Iklan

Iklan dapat ditemukan dengan mudah baik di media elektronik seperti radio dan televisi, ataupun media cetak seperti koran atau majalah. Berikut ini adalah macam-macam pola penyajian dari teks iklan.

a. Iklan Media Cetak

Iklan media cetak biasanya kita temui dalam surat kabar atau majalah yang selalu disajikan di halaman tertentu yang dibuat khusus untuk sebuah iklan. Menurut Kosasih (2017: 267) menjelaskan, “Karakter utama dari iklan media cetak adalah penggunaan bahasa tertulis di dalam penyampaian pesan-pesannya, selain itu iklan di media cetak mengandalkan desain grafis, seperti warna dan bentuk huruf, seperti warna dan bentuk huruf, tata letak, serta gambar-gambarnya”.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa iklan media cetak adalah iklan yang ditulis lalu dibuat dengan menggunakan teknik cetak yang mengandalkan desain grafis.

b. Iklan Elektronik

Iklan elektronik bisa dengan mudah kita temui di media elektronik seperti televisi atau radio. Menurut Kosasih (2017: 269) menjelaskan, “Iklan elektronik adalah iklan yang berbasis perangkat elektronik”.

Berdasarkan pendapat tersebut penulis menyimpulkan bahwa jenis iklan terbagi menjadi dua yaitu iklan media cetak dan iklan media elektronik. Kosasih (2017: 267) menekankan “Iklan media cetak bergantung pada bahasa tertulis, desain grafis, dan elemen visual seperti warna, bentuk huruf, tata letak, serta gambar.

Pendapat ini relevan karena iklan media cetak, seperti di surat kabar, majalah, atau poster, memang mengutamakan kejelasan dan daya tarik visual untuk menarik perhatian pembaca”. Kosasih (2017: 269) menjelaskan, “Mengelompokkan iklan elektronik sebagai iklan yang berbasis perangkat elektronik seperti radio, televisi, dan film”.

Pendapat ini cukup luas dan mencakup berbagai media yang menggunakan teknologi untuk menyampaikan pesan. Kelebihan iklan elektronik adalah mampu menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam dalam waktu singkat, serta memungkinkan penggunaan elemen audio dan visual untuk menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan emosional bagi pemirsa.

e. Langkah-langkah Menulis Teks Iklan

Sudah diketahui bahwa iklan biasanya digunakan untuk mempromosikan suatu barang atau jasa, dalam sebuah iklan tentunya memerlukan hal-hal yang memikat calon konsumen agar tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Berikut ini adalah cara menulis iklan menurut Kosasih (2017: 273).

- (1) Mulailah menulis iklan dengan pernyataan yang menarik perhatian khalayak yakni dengan berfokus pada masalah yang mereka hadapi Contohnya, jika akan menjual produk pelangsing, pernyataan pendahuluannya bisa seperti berikut “anda ingin menurunkan berat badan?”.
- (2) Menawarkan solusi contohnya saat kita menjual produk pelangsing solusi yang ditawarkan seperti berikut, “Penyembuhan cara baru ini bergantung pada pikiran anda, bukan oleh makanan yang anda makan. Pikiran dapat menurunkan bobot anda dengan cepat.
- (3) 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 adalah pada kalimat berikut “Riset mengatakan bahwa berat badan orang-orang turun sekitar 13 kg setelah menggunakan metode baru ini”.

- (4) Mengajukan harga Contoh dari mengajukan harga adalah “Hanya dengan harga 300.000, anda bisa memainkan gitar di akhir pekan ini”.

Menurut Darmawati (2015: 126-127) cara menulis iklan adalah sebagai berikut.

- (1) Pilih Kata Tepat
Pilih tajuk yang tepat yang sesuai, lengkap, dan padat. Jika akan mengiklankan mobil sewa, jangan hanya menggunakan kata sederhana seperti “mobil sewa”. Mungkin lebih sesuai jika menggunakan kalimat “Mobil sewa murah di sekitar Yogyakarta”. Pilihan kata tersebut akan menarik calon penyewa.
- (2) Gunakan Gambar
Masukan gambar dalam iklan. Jika mengiklankan produk seharusnya ada gambar produk tersebut. Jika akan mengiklankan usaha sewa mobil, cari gambar mobil yang sesuai.
- (3) Lengkapi Keterangan
Letakan keterangan yang diperbolehkan untuk menarik minat calon konsumen.
- (4) Buat Kalimat Menarik
Syarat rumusan kalimat iklan yang baik adalah kalimat harus singkat, jelas, dan tepat, kalimat langsung menuju sasaran, dan semenarik mungkin dengan menambahkan gambar-gambar.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa cara menulis iklan yaitu pengiklan harus bisa memilih kata yang akan digunakan untuk mengiklan produknya semenarik mungkin agar menarik khalayak, cantumkan keterangan dengan serinci mungkin, gunakan gambar yang sesuai dapat menarik khalayak terhadap produk atau jasa yang diiklankan.

3. Model Pembelajaran CTL (Contextual, Teaching, and Learning)

a. Pengertian Model Pembelajaran CTL (*Contextual, Teaching, and Learning*)

Contextual Teaching and Learning (CTL) adalah model pembelajaran yang menekankan keterkaitan antara materi pelajaran dengan kehidupan nyata peserta didik. Model ini bertujuan agar peserta didik lebih memahami dan mengaplikasikan

ilmu yang dipelajari dalam kehidupan sehari-hari.

Shoimin (2016: 41) berpendapat “CTL merupakan suatu konsep belajar di mana guru menghadirkan situasi dunia nyata ke dalam kelas dan mendorong siswa membuat hubungan antara pengetahuan yang dimilikinya dan penerapannya dalam kehidupan mereka sebagai anggota keluarga dan masyarakat”.

Menurut Al-Tabany (2017: 140) menjelaskan,

CTL adalah konsep belajar yang membantu guru dalam mengkaitkan antara materi yang dipelajarinya dengan situasi dunia nyata siswa dan mendorong siswa membuat hubungan antara pengetahuan yang dimilikinya dengan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari dengan melibatkan tujuh komponen utama pembelajaran kontekstual, yakni: konstruktivisme, bertanya, inkuiri, masyarakat belajar, pemodelan, dan penilaian autentik.

Johnson (2018: 57) menjelaskan “CTL adalah sebuah sistem yang merangsang otak untuk menyusun pola-pola yang mewujudkan makna, selain itu CTL merupakan suatu pengajaran yang cocok dengan otak karena menghasilkan makna dengan menghubungkan muatan akademis dengan konteks dari kehidupan sehari-hari siswa”.

Dari pendapat ahli yang sudah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa model pembelajaran CTL adalah model pembelajaran yang mengutamakan sebuah konteks yang ada di kehidupan sehari-hari yang nantinya dihubungkan dengan materi pembelajaran yang sedang dipelajari oleh peserta didik.

b. Langkah-langkah pelaksanaan Model CTL (*Contextual, Teaching, and Learning*)

Sudah diketahui bahwa pembelajaran CTL (*contextual, teaching, and*

learning) merupakan konsep pembelajaran yang mengaitkan materi yang sedang diajarkan dengan situasi dunia nyata, tentunya untuk melaksanakan hal tersebut memerlukan tahap pembelajaran yang sesuai dengan konsep tersebut.

Menurut Simatupang (2019 : 387-388) berikut ini adalah langkah-langkah CTL dalam proses pembelajaran.

- 1) Konstruktivisme. Siswa pada dasarnya telah memiliki pengetahuan berdasarkan pengalaman-pengalaman yang mereka alami.
- 2) Bertanya. Tanggapan dari demonstrasi pada langkah kedua diwujudkan oleh siswa dengan berbagai pertanyaan yang diajukan.
- 3) Pemodelan. Pada langkah ini, guru mendemonstrasikan suatu fenomena sebagai perantara siswa melakukan kegiatan inkuiri.
- 4) Inkuiri. Pada tahap ini siswa diberi kebebasan untuk menemukan sendiri pengetahuannya. Siswa diharapkan mampu merancang suatu kegiatan yang berkaitan dengan pembelajaran. Dengan begitu siswa akan berkembang proses berpikirnya.
- 5) Masyarakat belajar. Pada langkah ini, siswa telah selesai melakukan praktikum dan menganalisis data yang ada. Kemudian siswa berkumpul dalam satu kelompok untuk berdiskusi menjawab pertanyaan dari siswa antar kelompok.
- 6) Refleksi. Siswa mengkonstruksi pengetahuan berdasarkan pengalaman dan interaksi yang mereka alami secara langsung. Siswa melakukan pengambilan data secara mandiri, menganalisis data tersebut, dan memperoleh pengetahuan berdasarkan kesimpulan yang mereka buat. Pengetahuan tersebut perlu disampaikan kepada teman dan guru dengan tujuan untuk menyamakan persepsi antar siswa agar menjadi sama dengan teori yang ada. Siswa mempresentasikan hasil belajar melalui praktikum kepada teman satu kelas. Siswa memperoleh tanggapan dan komentar serta pertanyaan dari teman yang lain. Guru membuat generalisasi hasil temuan siswa dengan konsep yang ada.

Tahapan model pembelajaran CTL menurut Shoimin (2016-43) adalah sebagai berikut.

- 1) Kegiatan Awal
 - a) Guru menyiapkan siswa secara psikis dan fisik untuk mengikuti proses pembelajaran.
 - b) Apresiasi sebagai penggalan pengetahuan awal siswa terhadap materi yang akan diajarkan.

- c) Guru menyampaikan tujuan pembelajaran dan pokok-pokok materi yang akan dipelajari.
 - d) Penjelasan tentang pembagian kelompok dan cara belajar
- 2) Kegiatan Inti
- a) Siswa bekerja dalam kelompok menyelesaikan permasalahan yang diajukan guru. Guru berkeliling untuk memandu proses penyelesaian permasalahan.
 - b) Wakil kelompok siswa mempresentasikan hasil penyelesaian dan alasan atas jawaban permasalahan yang diajukan guru.
 - c) Siswa dalam kelompok menyelesaikan lembar kerja yang diajukan guru. Guru berkeliling untuk mengamati, memotivasi, dan memfasilitasi kerja sama.
 - d) Wakil kelompok siswa mempresentasikan hasil kerja kelompok dan kelompok yang lain saling menanggapi tugas masing-masing.
 - e) Dengan mengacu pada jawaban siswa, melalui tanya jawab, guru dan siswa membalas cara penyelesaian masalah yang tepat.
 - f) Guru mengadakan refleksi dengan menyatakan kepada siswa tentang hal-hal yang dirasakan siswa, materi yang belum dipahami dengan baik, kesan dan pesan selama mengikuti pembelajaran.
- 3) Kegiatan Akhir
- a) Guru dan siswa membuat kesimpulan cara menyelesaikan soal.
 - b) Siswa mengerjakan lembar tugas.
 - c) Siswa menukarkan lembar tugas satu dengan yang lain.

Berdasarkan pendapat yang sudah dikemukakan penulis menggunakan model pembelajaran CTL dalam pembelajaran pola kebahasaan, dan menulis teks iklan, dapat dilakukan tahapan sebagai berikut.

1. Kegiatan Awal

- a) Peserta didik merespons salam yang diucapkan pendidik
- b) Ketua murid memimpin peserta didik berdoa bersama sebelum pembelajaran dimulai.
- c) Peserta didik dicek kehadirannya oleh pendidik.
- d) Peserta didik menjawab pertanyaan pendidik mengenai materi yang telah

dipelajari pada pertemuan sebelumnya dan menghubungkannya dengan materi yang akan disampaikan dalam apersepsi.

- e) Peserta menyimak model pembelajaran *Contextual Teaching and Learning (CTL)*

2. Kegiatan Inti

Konstruktivisme

- a) Guru bertanya kepada peserta didik mengenai pengetahuan mereka tentang teks iklan.

Bertanya

- b) Peserta didik bertanya kepada guru mengenai materi yang akan dipelajari

Inkuiri

- c) Peserta didik menemukan hasil temuannya untuk menemukan pengetahuannya sendiri.

Pemodelan

- d) Peserta didik menerima contoh teks iklan yang telah disiapkan oleh guru
- e) Peserta didik mengamati contoh teks iklan dan mempelajari bersama dengan pendidik.

Masyarakat belajar

- f) Peserta didik dibagi menjadi beberapa kelompok
- g) Peserta didik menerima lembar kerja siswa secara berkelompok
- h) Peserta didik diarahkan untuk membuat teks iklan sesuai dengan struktur dan kaidah kebahasaan

- i) Peserta didik diarahkan untuk mempresentasikan hasil kerja kelompok

Refleksi

- j) Peserta didik dan pendidik membuat rangkuman proses pembelajaran, dan memberikan penegasan.
- k) Peserta didik diberikan penghargaan kepada kelompok berdasarkan pemerolehan nilai peningkatan hasil belajar
- l) Peserta didik diarahkan untuk kembali kebangkunya masing- masing

3. Kegiatan Penutup

- a) Peserta didik melaksanakan evaluasi secara individu dengan membuat iklan sesuai dengan struktur dan kaidah kebahasaan
- b) Peserta didik diarahkan untuk mengumpulkan hasil menulis teks iklan secara individu
- c) Peserta didik bersama guru menyimpulkan pembelajaran.
- d) Peserta didik merefleksikan pembelajaran.
- e) Peserta didik diberi LKPD sebagai bahan evaluasi mandiri.
- f) Peserta didik menyimak informasi mengenai materi untuk pertemuan berikutnya.
- g) Peserta didik dan guru menutup pembelajaran dengan berdoa bersama peserta didik menjawab salam penutup dari guru.

c. Kelebihan Penggunaan Model Pembelajaran CTL (*Contextual, Teaching, and Learning*)

Contextual Teaching and Learning (CTL) adalah model pembelajaran yang menekankan pada keterkaitan antara materi yang dipelajari dengan kehidupan nyata. Kelebihan dalam model pembelajaran CTL diperlukan karena setiap model pembelajaran dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dalam pendidikan. Adanya kelebihan dalam model CTL menjadikannya lebih efektif dan relevan dalam proses belajar mengajar.

Berikut Kelebihan dari model pembelajaran CTL menurut Shoimin (2016: 44) adalah sebagai berikut.

- 1) Pembelajaran kontekstual dapat menekankan aktivitas berpikir siswa secara penuh, baik fisik maupun mental.
- 2) Pembelajaran kontekstual dapat menjadikan siswa belajar bukan dengan menghafal, melainkan proses berpengalaman dalam kehidupan nyata.
- 3) Kelas dalam kontekstual bukan sebagai tempat untuk memperoleh informasi, melainkan sebagai tempat untuk mengurangi data hasil temuan mereka di lapangan.
- 4) Materi pelajaran ditentukan oleh siswa sendiri, bukan hasil pemberian dari orang lain.

Kelebihan model CTL menurut Suyadi (2015: 95)

- 1) Pembelajaran menjadi lebih bermakna dan riil. Artinya, peserta didik dituntut untuk dapat menangkap hubungan antara pengalaman belajar di sekolah dengan kehidupan nyata. Hal ini sangat penting, sebab dengan mengkorelasikan materi yang ditemukan dengan kehidupan nyata, bukan saja peserta didik materi itu akan berfungsi secara fungsional, akan tetapi materi yang akan dipelajarinya akan tertanam erat dalam memori peserta didik, sehingga tidak akan mudah dilupakan.
- 2) Pembelajaran lebih produktif dan mampu menumbuhkan penguatan konsep kepada peserta didik karena metode pembelajaran Contextual Teaching and Learning (CTL) menganut aliran konstruktivisme, dimana seorang peserta didik dituntut untuk menemukan pengetahuannya sendiri. Melalui landasan filosofis konstruktivisme, peserta didik diharapkan belajar melalui “mengamati” bukan

“menghafal”.

Dari pendapat yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa model pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL) memiliki kelebihan utama dalam membuat pembelajaran lebih bermakna, kontekstual, dan berorientasi pada pengalaman nyata. CTL menekankan aktivitas berpikir peserta didik secara aktif, baik secara fisik maupun mental, sehingga mereka tidak sekadar menghafal, tetapi memahami dan mengalami langsung dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, CTL membantu peserta didik menghubungkan materi yang dipelajari di sekolah dengan dunia nyata, sehingga lebih relevan dan tidak mudah dilupakan.

d. Kekurangan Penggunaan Model Pembelajaran CTL (*Contextual, Teaching, and Learning*)

Kekurangan dalam model pembelajaran CTL (*Contextual Teaching and Learning*) muncul karena tidak ada model pembelajaran yang sempurna. Setiap metode memiliki keterbatasan yang dapat mempengaruhi efektivitasnya dalam situasi tertentu. Kekurangan model pembelajaran CTL menurut Shoimin (2016: 44) yaitu “penerapan pembelajaran kontekstual merupakan pembelajaran yang kompleks dan sulit dilaksanakan dalam konteks pembelajaran, selain itu membutuhkan waktu yang lama”.

Menurut Suyadi (2015: 95) Kekurangan model CTL

- 1) CTL membutuhkan waktu yang lama bagi peserta didik untuk bisa memahami semua materi. Hal ini dikarenakan peserta didik dikelompokkan dalam sebuah tim yang bekerja sama untuk menemukan keterampilan yang baru bagi mereka. Selain itu, peserta didik dipandang sebagai individu yang sedang berkembang karena itulah perlu waktu untuk peserta didik dapat beradaptasi dengan kelompoknya.

- 2) Guru lebih intensif dalam membimbing, karena dalam metode CTL guru tidak lagi berperan sebagai pusat informasi.

Berdasarkan pendapat tersebut penulis menyimpulkan model CTL tidak hanya mengandalkan penyampaian materi secara langsung, tetapi juga menghubungkan pembelajaran dengan kehidupan nyata. Hal ini mengharuskan guru untuk merancang pembelajaran yang lebih kreatif dan berbasis pengalaman. Kompleksitas ini membuat penerapan CTL lebih sulit dibandingkan metode konvensional seperti ceramah atau tanya jawab biasa. Proses pembelajaran dalam CTL tidak bisa dilakukan dengan cepat karena melibatkan berbagai tahapan, seperti eksplorasi, diskusi, kolaborasi, dan refleksi. Selain itu, siswa harus menemukan pemahaman sendiri melalui pengalaman belajar yang relevan dengan kehidupan mereka, yang memerlukan waktu lebih lama.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang penulis laksanakan relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lia Firstiana Salwa berjudul “Peningkatan Kemampuan Menulis Teks Deskripsi dengan Menggunakan Model Pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL) (Penelitian Tindakan Kelas pada Peserta Didik Kelas VII SMP Negeri 16 Tasikmalaya Tahun Ajaran 2023/2024).” Penelitian penulis memiliki persamaan dengan penelitian Lia Firstiani Salwa pada variabel bebas, yaitu model pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL). Perbedaannya terletak pada variabel terikat, yaitu variabel terikat penulis materi teks iklan, sedangkan variabel bebas penelitian Lia Firstiana Salwa adalah materi teks deskripsi.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Widiani Astuti Dewi berjudul

“Peningkatan Kemampuan Menelaah Isi dan Struktur Serta Menyajikan Gagasan Teks Eksposisi dengan Menggunakan Model Pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL) (Penelitian Tindakan Kelas pada Peserta Didik Kelas VIII SMP Negeri 3 Sukaraja Kabupaten Tasikmalaya Tahun Ajaran 2019/2020).” Penelitian penulis memiliki persamaan dengan penelitian Widiani Astuti Dewi pada variabel bebas, yaitu model pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL). Perbedaannya terletak pada variabel terikat, yaitu variabel terikat penulis materi teks iklan, sedangkan variabel bebas Widiani Astuti Dewi adalah materi teks eksposisi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lia Firstiana Salwa dan Widiani Astuti Dewi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan menulis teks deskripsi dan teks eksposisi dengan menggunakan model *Contextual Teaching and Learning* (CTL) berhasil baik dengan dilakukan dua siklus yang menunjukkan perbaikan hasil belajar peserta didik.

C. Anggapan Dasar

Anggapan dasar merupakan asumsi atau pemikiran penulis yang menjadi acuan dalam sebuah penelitian. Heryadi (2014: 31) menyatakan, “Anggapan dasar menjadi acuan atau landasan pemikiran dalam merumuskan hipotesis.” Sejalan dengan hal tersebut, anggapan dasar penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kemampuan menulis teks iklan merupakan capaian pembelajaran yang harus dimiliki peserta didik kelas VIII berdasarkan kurikulum merdeka.
2. Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan pembelajaran adalah model pembelajaran.

3. Model pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL) merupakan salah satu model pembelajaran yang membantu guru dalam mengaitkan antara materi yang akan diajarkan dengan mengajak siswa agar terlibat dalam situasi dunia nyata. Dengan demikian, siswa dapat menerapkan dalam kehidupan mereka.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan sementara atau asumsi yang dibuat untuk menjelaskan suatu fenomena atau hubungan antara variabel-variabel tertentu, yang dapat diuji kebenarannya melalui penelitian atau eksperimen ilmiah. Heryadi (2014: 32) mengungkapkan “Hipotesis merupakan suatu pendapat yang memiliki tingkat kebenaran yang rendah, karena pendapat tersebut hanya didasarkan pada pertimbangan pemikiran (logika) dan belum didukung oleh data lapangan yang bersifat *factual*”. Berdasarkan anggapan dasar, penulis merumuskan hipotesis penelitian yaitu “Model pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL) dapat meningkatkan kemampuan menulis teks iklan pada peserta didik kelas VIII SMPN 3 Cisayong tahun ajaran 2024/2025”.