



PROSIDING SAMASTA

Seminar Nasional Bahasa dan Sastra Indonesia

PENGUNAAN APLIKASI NEARPOD DALAM PEMBELAJARAN MENULIS TEKS IKLAN SISWA KELAS VIII MTS NEGERI 3 BOGOR TAHUN PELAJARAN 2022/2023

Raudhatul Aslami¹⁾, Mahmudah Fitriyah ZA²⁾

¹⁾Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jl. Ir H. Juanda, Ciputat Timur, Tangerang Selatan, 15412

²⁾ Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jl. Ir H. Juanda, Ciputat Timur, Tangerang Selatan, 15412

raudhatul.ami18@mhs.uinjkt.ac.id¹⁾, mahmudah.fitriyah@uinjkt.ac.id²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan. Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui media pembelajaran yang digunakan oleh guru pada pembelajaran menulis teks iklan, (2) untuk mengetahui jenis tugas menulis teks iklan yang diberikan oleh guru kepada siswa, (3) untuk mendeskripsikan penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor, dan (4) untuk mengetahui hasil keterampilan menulis teks iklan siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor menggunakan aplikasi Nearpod.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif kualitatif. Subjek pada penelitian ini adalah siswa kelas VIII.1 MTsN 3 Bogor dengan jumlah siswa 27 siswa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan tes. Aspek penilaian dalam pembelajaran menulis teks iklan meliputi kesesuaian isi teks, ketepatan struktur teks, kesesuaian kaidah kebahasaan teks, ketepatan kata, dan ketepatan ejaan dan tata tulis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan pada siswa berhasil dengan nilai rata-rata 82 dengan kategori baik sekali. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa penggunaan media aplikasi Nearpod pada siswa dapat digunakan dalam pembelajaran menulis teks iklan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis data. Persentase siswa yang mendapat nilai 80-95 dengan predikat baik sekali adalah 74% dengan jumlah 20 siswa. Sedangkan, 7 siswa lainnya mendapat predikat baik dengan nilai 70-75 dan persentase sebesar 26%. Berdasarkan data tersebut, dapat dinyatakan bahwa siswa sudah mampu membuat teks iklan dengan menggunakan aplikasi Nearpod.

Kata kunci: Menulis, Teks Iklan, Media Pembelajaran, Aplikasi Nearpod

PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia pada kurikulum 2013 menggunakan pendekatan berdasarkan teks atau *genre* dalam proses pembelajaran. Konsep teks diartikan sebagai penyampaian pikiran manusia mencakup situasi dan konteks secara lisan atau tulis. Pengetahuan, keterampilan, dan

sikap dalam setiap topik bahasan mata pelajaran dikemas oleh guru menjadi materi yang relevan dengan kebutuhan para pemelajar atau lulusan sesuai konteks sosial mereka.

Menulis merupakan salah satu keterampilan berbahasa. Wiyanto dalam Munirah menjelaskan, menulis merupakan media untuk mengungkapkan ide secara tertulis. Definisi serupa menurut Suparno dan Yunus dalam (Munirah,2015) bahwa menulis merupakan kegiatan yang menggunakan bahasa tulis untuk menyampaikan pesan (komunikasi). Sementara, Beer dan Howell dalam (Holly, dkk, 2021) mengatakan *writing is a tool that student can use to review knowledge, organize their thinking, and evaluated their content understanding*. Selanjutnya, bila disesuaikan dengan tujuan pembelajaran bahasa Indonesia berbasis teks adalah siswa mampu memahami ragam jenis teks dan menuntut para siswa untuk terampil menulis. Tes kompetensi menulis diimplementasikan dengan menulis sebuah teks yang mencakup konteks dan mekanisme kebahasaan.

Tes atau tugas menulis yang diberikan kepada siswa harus otentik. Tugas menulis yang diberikan hendaknya melatih siswa untuk menghasilkan bahasa secara tepat, yaitu sesuai dengan unsur bentuk (kebahasaan) dan melatih mengkomunikasikan gagasannya. Selain itu, juga harus mempertimbangkan bentuk, jenis, atau ragam tulisan yang berguna dalam kebutuhan dunia nyata. Pernyataan tersebut sejalan dengan konsep pembelajaran bahasa Indonesia berbasis teks dalam kurikulum 2013.

Penulis memilih teks iklan pada penelitian ini karena melatih siswa untuk mengungkapkan gagasannya dan menggunakan tata bahasa Indonesia yang tepat. Keterampilan tersebut dapat diaplikasikan untuk kebutuhan pribadi ataupun pekerjaan, seperti mempromosikan produk atau jasa pribadinya di media sosial, atau sebagai *copywriter* di industri kreatif. Namun, (Rizki, Satinem, dan Nugroho, 2021) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa secara umum bahan ajar iklan yang digunakan guru hanya terpaku pada buku teks dan tidak dikaji ulang, sehingga tidak sesuai dengan kebutuhan dan konteks yang ada di kehidupan sekitar siswa. Contohnya materi menulis iklan pada buku kelas VIII yang diterbitkan oleh Kemdikbud 2016, tidak bermuatan pada lokal dan konteks sekitar peserta didik. Dengan begitu, pembelajaran kurang membekali siswa dalam menulis iklan di kehidupan nyata sehari-hari.

Iklan bisa dipahami sebagai teks yang membuat khalayak terdorong atau terbujuk hingga tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Iklan dapat berarti juga sebagai pemberitahuan kepada orang banyak berkenaan dengan barang dan jasa. Umumnya, iklan ditampilkan melalui media massa, seperti radio, surat kabar, televisi, dan internet (Kosasih, 2017). Kosasih juga menyebutkan ada dua struktur teks iklan: (1) pengenalan produk, yaitu bagian yang dapat disebut dengan judul teks, dan (2) pernyataan persuasif, yaitu bagian yang berisi pernyataan yang mendorong pembaca atau pendengar melakukan sesuatu. Pada teks iklan, bagian ini berupa pernyataan terkait kelebihan produk yang diiklankan. Teks iklan memiliki lima kaidah kebahasaan (Amalia, 2021), yaitu: menggunakan kalimat persuasif, kalimat imperatif, kalimat ringkas, berkesan positif, dan berima.

Peneliti telah melakukan wawancara dengan guru kelas VIII.1 MTsN 3 Bogor terkait jenis media dan tugas menulis iklan yang diberikan kepada siswa. Hasil wawancara tersebut menunjukkan media pembelajaran teks iklan yang digunakan oleh guru hanya berbasis

proyeksi layar, gambar, dan peragaan manual, artinya masih berbasis konvensional. Guru belum pernah menggunakan aplikasi pendukung pembelajaran seperti aplikasi Nearpod. Tugas menulis yang diberikan guru juga masih terpaku pada buku teks, yaitu membuat teks iklan dalam bentuk poster. Dengan begitu, pembelajaran dan pemberian tugas menulis teks iklan perlu dikembangkan dengan inovatif dan kreatif. Selain itu, harus dikaitkan dengan konteks kehidupan siswa agar dapat diaplikasikan di kehidupan nyata untuk kebutuhan pribadi atau pekerjaan, khususnya di era digital.

Perkembangan dunia digital sudah semakin marak, tampak dari penggunaan media sosial yang semakin intensif. Hal itu dimanfaatkan dalam beragam bidang, salah satunya untuk periklanan. Promosi berbayar melalui dukungan selebriti lokal (*endorment*) sedang tren dan menunjukkan keefektifan yang tinggi untuk memperkenalkan produk secara cepat. Tak hanya dukungan selebriti lokal, tren promosi berbayar juga banyak digunakan dengan dukungan *content creator* dan *influencer* di media sosial. Oleh karena itu, peneliti memilih tugas menulis teks iklan elektronik. Tugas ini akan membantu siswa untuk terlatih mengungkapkan gagasannya dengan menciptakan sebuah teks iklan yang sesuai konteks kebutuhannya di era digital.

Penggunaan media pembelajaran berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) akan mendukung proses pembelajaran secara inovatif, komunikatif dan interaktif. Daryanto dalam (Hamid, dkk, 2021) bahwa manusia, benda, atau lingkungan sekitar yang berguna untuk menyampaikan pesan dan mampu menarik perhatian, minat, pikiran serta perasaan siswa dalam proses pembelajaran sehingga tujuan kegiatan belajar tercapai disebut sebagai media pembelajaran. Terdapat lima macam media pembelajaran yang diklasifikasikan dalam taksonomi Leshin, yaitu media berbasis manusia, media berbasis visual, media berbasis cetak, media berbasis audio visual, media berbasis komputer (Ridwanuddin, 2015).

Said, dkk menjelaskan media berbasis TIK, yaitu alat bantu dalam proses pembelajaran, baik di luar kelas maupun di dalam kelas. Perangkat TIK antara lain telepon seluler (*handphone*), komputer/laptop, LCD dan internet (Said dan Iqbal, 2019). Robert Heinich, dkk dalam Said dan Hasanuddin mendefinisikan media pembelajaran berbasis komputer sebagai berikut: “*Computer system can delivery instruction by allowing them to interact with the lesson programmed into the system: this is referred to computer based instruction*”. Pembelajaran berbasis komputer yaitu penyampaian pembelajaran secara langsung dan interaktif kepada siswa melalui sistem komputer dengan materi pelajaran yang diprogramkan ke dalam sistem komputer.

Media TIK dapat dimanfaatkan karena melihat penggunaan teknologi, telepon seluler, dan internet yang semakin ramai digandrungi masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Statistik Telekomunikasi Indonesia tahun 2020, pertumbuhan penduduk yang menggunakan telepon seluler mencapai 62,84 %. Penggunaan internet juga mengalami peningkatan dari 25,37 % di tahun 2016, menjadi 53,73% pada tahun 2020 (Sutarsih, dkk, 2020). Telepon seluler merupakan media yang paling banyak digunakan di tahun 2020 untuk mengakses internet dengan persentase 98,31%. Sementara itu, persentase penggunaan internet berdasarkan usia 5 tahun ke atas yang menggunakan internet untuk partisipasi sekolah, didominasi oleh penduduk yang masih bersekolah sebanyak 27,63% di peringkat kedua.

Tujuan penggunaan internet untuk sosial media sekitar 95,56% dan 79,04% untuk mendapat informasi atau berita. Sedangkan, untuk tujuan mengerjakan tugas sekolah hanya 39,00 % (Sutarsih, dkk, 2020). Uraian data statistik tersebut menunjukkan pemanfaatan media berbasis TIK dapat dioptimalkan untuk pembelajaran.

Penelitian sebelumnya telah menyarankan penggunaan aplikasi Nearpod sebagai media pembelajaran berbasis TIK. Penelitian terkait penggunaan aplikasi Nearpod telah dilakukan oleh Faradisa, dkk pada materi Pencemaran Lingkungan untuk peserta didik kelas VII SMP/MTs. Hasil penelitian menyebutkan bahwa berdasarkan penilaian ahli bahasa diperoleh persentase sebesar 66,67 % dengan kategori baik, ahli materi sebesar 86,67% dengan kategori sangat baik, dan ahli media diperoleh persentase 73,33% dengan kategori baik (Faradisa, 2021). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Nearpod merupakan aplikasi yang dapat dipilih sebagai media pembelajaran interaktif berbasis TIK.

Nearpod adalah aplikasi pembelajaran secara daring maupun luring yang memungkinkan guru dan siswa berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung (Minalti dan Erita, 2021). Sementara itu, Nurhamidah menjelaskan bahwa Nearpod merupakan salah satu perangkat lunak (*software*) aplikasi pendukung pembelajaran. Aplikasi Nearpod memiliki banyak fitur menarik yang dapat digunakan untuk menunjang pembelajaran yang interaktif dan dapat di akses gratis oleh para siswa dan guru dari seluruh penjuru (Nurhamidah, 2021).

Nearpod menyediakan beragam fitur menarik untuk menunjang kegiatan pembelajaran, seperti *Nearpod Library*, simulasi materi, bermacam-macam aktivitas seperti kuis dan gim, dan beragam fitur menarik lainnya. Nearpod mempunyai ragam variasi pembelajaran interaktif dan dapat memberikan umpan balik secara langsung. Dengan begitu, seorang guru bisa merancang kegiatan pembelajarannya mencakup materi, soal, kuis, atau gim yang menarik dan menyenangkan (Faradisa, 2021). Sebagai media pembelajaran, guru dapat mengoptimalkan pembelajaran dengan merancang presentasi menggunakan fitur *Media: Create* atau *Interactive*. Nearpod menyediakan *Slides, Slides (Classic), Slideshow, Sway, PDF, Powerpoint, Images*, dan *Audio* pada *Media Create*. Sementara, pada *Media Interactive*, Nearpod menyediakan fitur *Video, Web Content, BBC Video, Nearpod 3D, Simulation*, dan *VR Fieldtrip*. Guru dapat menggabungkan pilihan fitur yang tersedia menjadi satu presentasi interaktif. Nearpod juga menyediakan fitur *Activities: Quizzes & Games*, dan *Discussions*. *Activities Quizzes & Games*, yaitu *Quiz, Draw It, Fill in the Blank, Memory Test, Time to Climb*, dan *Matching Pairs*. Sementara itu, pada *Activities Discussions* terdiri dari *Collaborate Board, Flipgrid, Poll*, dan *Open Ended Question*. Fitur *Activities* meliputi aktivitas permainan edukatif yang dapat dimanfaatkan untuk mengetes, mengukur, dan melihat kemampuan siswa, atau dijadikan strategi untuk evaluasi pembelajaran yang telah dilakukan.

Peneliti memilih MTsN 3 Bogor sebagai lokasi pengambilan data penelitian karena sekolah tersebut terletak di daerah yang jaringan internetnya stabil. Selain itu, para siswa MTsN 3 Bogor juga banyak yang menggunakan telepon seluler dan internet pada aktivitas sehari-hari, terutama untuk mengakses media sosial. Dengan begitu, guru dapat menggunakan aplikasi Nearpod pada pembelajaran menulis teks iklan di era digital karena siswa sangat dekat dengan penggunaan telepon seluler, internet, dan media sosial.

Penelitian ini didasarkan atas pembelajaran bahasa Indonesia berbasis teks yang mencakup konteks dan kebahasaan, penggunaan TIK yang marak di era digital, dan hadirnya aplikasi Nearpod sebagai media pembelajaran yang inovatif dan efektif. Oleh karena itu, peneliti tertarik meneliti penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) Mengetahui media pembelajaran yang digunakan oleh guru pada pembelajaran menulis teks iklan; (2) Mengetahui jenis tugas menulis teks iklan yang diberikan oleh guru kepada siswa; (3) Mendeskripsikan penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor; (4) Mengetahui hasil keterampilan menulis teks iklan siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor menggunakan aplikasi Nearpod.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis dan mendeskripsikan penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor, Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor. Penelitian dilakukan di MTsN 3 Bogor yang terletak di Jl. Karadenan No. 21B, Karadenan, Kec. Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Waktu penelitian dilakukan pada Maret 2022 sampai dengan September 2022.

Subjek pada penelitian ini adalah siswa kelas VIII.1 MTsN 3 Bogor, Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Siswa kelas VIII.1 berjumlah 32 siswa, namun siswa yang dapat mengikuti penelitian hanya sebanyak 27 siswa. Alasan peneliti memilih kelas tersebut sebagai subjek penelitian karena kemampuan menulis teks iklan yang belum merata. Pertimbangan lainnya adalah siswa kelas VIII.1 adalah siswa-siswa yang cepat tanggap dalam merespon dan memahami materi pembelajaran. Namun, para siswa kurang bersemangat apabila pembelajaran dilakukan secara monoton, tidak menarik, dan hanya teori-teori saja. Dengan demikian, para siswa VIII.1 memiliki ketertarikan dalam pembelajaran praktik. Sedangkan, objek penelitian ini adalah penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan. Penelitian ini akan menghasilkan teks iklan yang ditulis oleh para siswa berisi penawaran produk Adem Sari.

Peneliti dalam penelitian kualitatif berperan sebagai *human instrument*. Jadi, instrumen penelitian ini adalah peneliti sendiri. Tak hanya itu, peneliti juga yang merencanakan penelitian, melakukan pengumpulan data, dan menganalisis data yang dilaksanakan oleh peneliti. Peneliti juga memiliki instrumen pendukung lainnya, seperti pedoman observasi, tabel instrumen penelitian, alat perekam audiovisual, pedoman tes, dan lembar kerja siswa, guna memudahkan peneliti dalam melakukan penilaian terhadap keterampilan menulis teks iklan oleh siswa.

Penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan tes sebagai teknik pengumpulan datanya. Peneliti melakukan observasi di MTsN 3 Bogor untuk mengetahui keadaan dan profil sekolah. Kemudian peneliti melakukan obeservasi terlibat dengan siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor untuk melakukan proses pembelajaran dan mengamati penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks Iklan. Wawancara

dilakukan untuk mengetahui media pembelajaran yang digunakan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, terutama pada materi teks iklan, dan menanyakan pendapat narasumber akan materi teks iklan dan penggunaan aplikasi Nearpod sebagai media berbasis TIK dalam pembelajaran menulis teks iklan. Narasumber dalam wawancara ialah guru bahasa Indonesia, Ibu Dra. Setjo Sri Poedjiningtias, dan tiga siswa VIII.1 MTsN 3 Bogor yang mendapat nilai tertinggi, tengah, dan rendah terkait penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan. Teknik dokumentasi digunakan dengan pengumpulan data berupa dokumen profil sekolah, foto-foto, dan teks iklan yang ditulis oleh siswa. Selanjutnya, peneliti menggunakan teknik tes menulis dengan memberikan tugas kepada siswa. Siswa diberi tugas untuk menulis teks iklan sesuai dengan tema dan rangsangan yang diberikan menggunakan aplikasi Nearpod.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman dalam penelitian kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan peneliti untuk menentukan data-data pokok yang akan dianalisis dengan membuat kategorisasi. Kategorisasi ini dibuat sesuai teknik pengumpulan datanya yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan tes. Penyajian data dilakukan dengan bentuk uraian deskriptif dan tabel-tabel. Peneliti menggunakan tabel penilaian berdasarkan rangsangan visual dan suara dari teori Burhan Nurgiyantoro. Namun, aspek-aspek penilaian dimodifikasi sesuai dengan materi menulis teks iklan. Pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti membuat kesimpulan mengenai penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan siswa VIII.1 MTsN 3 Bogor tahun pelajaran 2022/2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis memperoleh nilai menulis teks iklan siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor setelah menggunakan aplikasi Nearpod berdasarkan analisis data yang telah dilakukan. Pembelajaran menulis teks iklan siswa dianalisis berdasarkan lima aspek, yaitu kesesuaian isi teks, ketepatan struktur teks, kesesuaian kaidah kebahasaan teks, ketepatan kata, dan ketepatan ejaan dan tata tulis. Nilai siswa diuraikan dengan tabel berikut.

No.	Koding	Aspek Penilaian					Skor	Nilai
		1	2	3	4	5		
1.	AAL	4	4	4	3	3	18	90 (A)
2.	ASY	3	3	4	3	2	15	75 (B)
3.	AUW	4	4	4	4	2	18	90 (A)
4.	AMK	4	4	4	2	1	15	75 (B)
5.	FAR	4	4	4	3	2	17	85 (A)
6.	HMD	3	4	4	3	2	16	80 (A)
7.	HAS	4	4	4	3	2	17	85 (A)
8.	IAD	3	3	4	3	1	14	70 (B)
9.	JAS	3	4	4	3	2	16	80 (A)
10.	KAP	4	4	4	3	2	17	85 (A)
11.	MAA	4	4	4	3	1	16	80 (A)
12.	MIF	4	4	4	3	1	16	80 (A)

Raudhatul Aslami, Mahmudah Fitriyah ZA: Penggunaan Aplikasi Nearpod dalam Pembelajaran Menulis Teks Iklan Siswa Kelas VIII MTs Negeri 3 Bogor Tahun Pelajaran 2022/2023

13.	MAH	3	4	4	3	1	15	75 (B)
14.	MTF	3	4	4	3	2	16	80 (A)
15.	MAF	3	3	4	3	3	16	80 (A)
16.	MFA	3	3	4	3	1	14	70 (B)
17.	MIR	3	3	4	3	2	15	75 (B)
18.	MND	4	4	4	3	2	17	85 (A)
19.	MRP	4	4	4	3	1	16	80 (A)
20.	MAI	4	4	4	2	3	17	85 (A)
21.	NSI	3	2	4	3	3	15	75 (B)
22.	NAZ	4	4	4	3	1	16	80 (A)
23.	RRT	4	3	4	4	3	18	90 (A)
24.	SAM	4	4	4	3	2	17	85 (A)
25.	SAR	4	4	4	4	3	19	95 (A)
26.	SAA	4	4	4	3	2	18	90 (A)
27.	SNA	4	4	4	3	3	18	90 (A)
Jumlah		98	100	108	82	53	442	2.210
Rata-rata								81,85

Keterangan tabel:

- | | |
|--------------------------------------|----------------|
| 1: Kesesuaian isi teks | A: Baik sekali |
| 2: Ketepatan struktur teks | B: Baik |
| 3: Kesesuaian kaidah kebahasaan teks | |
| 4: Ketepatan kata | |
| 5: ketepatan ejaan dan tata tulis | |

Data yang terdapat pada tabel di atas adalah hasil penilaian siswa dalam pembelajaran menulis teks iklan menggunakan aplikasi Nearpod dan memanfaatkan video iklan dari akun Youtube AdemSariID. Data di atas menunjukkan lima aspek penilaian yang telah ditentukan dan diperoleh hasil bahwa 20 siswa memperoleh nilai dengan interpretasi A. Sedangkan, 7 siswa lainnya memperoleh nilai dengan interpretasi B.

Nilai Rata-Rata Aspek Penilaian Menulis Teks Iklan

Nilai rata-rata pada setiap aspek penilaian diperoleh berdasarkan hasil rekapitulasi nilai pembelajaran menulis teks iklan siswa kelas VIII.1 MTsN 3 Bogor. Perhitungan nilai rata-rata skor aspek penilaian menggunakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan:

\bar{X} = Nilai rata-rata

$\sum X$ = Jumlah skor yang diperoleh

N = Jumlah Siswa

Sedangkan, untuk menghitung rata-rata nilai aspek penilaian menggunakan rumus berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N} \times 100$$

Keterangan:

\bar{X} = Nilai rata-rata

$\sum X$ = Rata-rata skor aspek penilaian

N = Skor maksimal

Tabel 4. 1
Nilai Rata-Rata Aspek Penilaian Menulis Teks Iklan

No.	Aspek Penilaian	Rata-Rata Skor	Rata-Rata Nilai	Keterangan
1.	Kesesuaian isi teks	3,62	90,5	A
2.	Ketepatan struktur teks	3,70	92,5	A
3.	Kesesuaian kaidah kebahasaan teks	4	100	A
4.	Ketepatan kata	3,03	75,75	B
5.	Ketepatan ejaan dan tata tulis	1,96	49	D

Penjelasan rata-rata skor dan rata-rata nilai skor aspek penilaian pada setiap aspek, sebagai berikut:

a. Kesesuaian Isi Teks

Para siswa mampu memperoleh skor tertinggi 4 dan terendah 3 pada aspek penilaian kesesuaian isi teks. Siswa yang memperoleh skor 4 dengan predikat baik sekali sebanyak 17 siswa. Sedangkan, 10 siswa lainnya mendapat skor 3 dengan predikat baik. Nilai rata-rata skor aspek kesesuaian isi teks pada pembelajaran menulis teks iklan menggunakan aplikasi Nearpod menghasilkan nilai yang baik sekali. Rata-rata skor yang diperoleh pada kesesuaian isi teks yaitu 3,62 dan rata-rata nilai skor aspek yaitu 90,5.

Siswa yang sudah meraih skor maksimal menunjukkan kemampuan menulis teks iklan sesuai dengan ilustrasi video yang diberikan dan menggunakan bahasa yang sangat persuasif. Sementara, siswa yang memperoleh skor 3 sudah mampu menulis teks iklan sesuai ilustrasi video, hanya saja bahasa yang dinilai cukup persuasif karena belum menunjukkan keunggulan produk yang ditawarkan secara spesifik. Nilai 90,5 dalam kualifikasi Penilaian Acuan Kriteria (PAK) tergolong ke dalam kategori baik sekali. Hal ini menunjukkan bahwa siswa sudah mampu mengembangkan dan membuat teks iklan dengan sebuah ilustrasi video.

b. Ketepatan Struktur Teks

Skor tertinggi yang diperoleh siswa pada aspek penilaian ketepatan struktur teks adalah 4 dengan predikat baik sekali. Sementara itu, skor terendah yang diperoleh siswa adalah 2 dengan predikat cukup. Siswa yang memperoleh skor 4 sebanyak 20 orang, skor 3 sebanyak 6 orang, dan skor 2 sebanyak 1 orang. Skor rata-rata yang dihasilkan dari penilaian pada aspek penilaian ketepatan struktur teks menghasilkan nilai yang baik sekali. Hasil yang diperoleh

adalah 100, lalu setelah dihitung menggunakan rumus, rata-rata skor aspek penilaian yang didapatkan adalah 3,70. Selanjutnya, rata-rata skor tersebut dibagi dengan skor maksimal dan dikalikan 100, sehingga menghasilkan nilai rata-rata sebesar 92,5.

Nilai 92,5 dalam kualifikasi Penilaian Acuan Kriteria (PAK) tergolong ke dalam kategori baik sekali. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan siswa dalam membuat teks iklan dengan memuat dua strukturnya sudah baik sekali. Teks iklan terdiri atas dua struktur, yaitu pengenalan produk dan pernyataan persuasif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 20 siswa mampu menulis 2 struktur teks iklan dengan jelas dan tepat, 6 siswa mampu menulis 2 struktur teks iklan tetapi kurang jelas dan kurang tepat, sedangkan 1 siswa hanya mampu menulis 1 struktur teks iklan secara jelas dan tepat.

c. Kesesuaian Kaidah Kebahasaan Teks

Pada aspek penilaian kesesuaian kaidah kebahasaan teks, semua siswa mampu mencapai skor maksimal, yaitu 4. Sebanyak 27 siswa memperoleh skor 4 dengan predikat baik sekali. Skor rata-rata yang dihasilkan dari penilaian aspek kesesuaian kaidah kebahasaan teks menunjukkan hasil yang baik sekali. Hasil yang diperoleh adalah 108, maka jika dihitung berdasarkan rumus rata-rata skor diperoleh nilai 4. Lalu, nilai rata-rata skor dibagi skor maksimal (4) dan dikalikan dengan 100, sehingga menghasilkan nilai rata-rata aspek penilaian sebesar 100.

Nilai 100 dalam kualifikasi Penilaian Acuan Kriteria (PAK) tergolong ke dalam kategori baik sekali. Hal ini menunjukkan bahwa siswa sudah mampu menulis teks iklan dengan memuat 4-5 kaidah kebahasaan teks iklan. Teks iklan memiliki lima kaidah kebahasaan, yaitu kalimat persuasif, kalimat imperatif, kalimat ringkas, berkesan positif, dan berima.

d. Ketepatan Kata

Skor tertinggi yang diperoleh siswa pada aspek penilaian ketepatan kata adalah 4 dengan predikat baik sekali. Sementara itu, skor terendah yang diperoleh siswa adalah 2 dengan predikat cukup. Siswa yang memperoleh skor 4 sebanyak 3 orang, skor 3 sebanyak 22 orang, skor 2 sebanyak 2 orang. Skor rata-rata yang dihasilkan dari penilaian pada aspek penilaian ketepatan struktur teks menghasilkan nilai yang baik sekali. Hasil yang diperoleh adalah 82, lalu setelah dihitung menggunakan rumus rata-rata skor, hasil yang didapatkan adalah 3,70. Selanjutnya, rata-rata skor tersebut dibagi dengan skor maksimal (4) dan dikalikan 100, sehingga menghasilkan nilai rata-rata aspek penilaian sebesar 75,75 dan jika dibulatkan menjadi 76.

Nilai 70 dalam kualifikasi Penilaian Acuan Kriteria (PAK) tergolong ke dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa siswa sebetulnya cukup mampu menulis kata-kata yang sesuai dengan kaidah Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pada teks iklannya. Namun, masih ada kekeliruan dalam penulisan beberapa kata, seperti kata *sariawan* yang seharusnya ditulis *seriawan*.

e. Ketepatan Ejaan dan Tata Tulis

Skor tertinggi yang diperoleh siswa pada aspek penilaian ketepatan kata adalah 3 dengan predikat baik. Sementara itu, skor terendah yang diperoleh siswa adalah 1 dengan predikat kurang. Siswa yang memperoleh skor 3 sebanyak 7 orang, skor 2 sebanyak 12 orang, skor 1 sebanyak 8 orang. Skor rata-rata yang dihasilkan dari penilaian pada aspek ketepatan ejaan

dan tata tulis menghasilkan nilai yang kurang baik. Jumlah yang diperoleh adalah 53, lalu setelah dihitung menggunakan rumus rata-rata skor, hasil yang didapatkan adalah 1,96. Selanjutnya, rata-rata skor tersebut dibagi dengan skor maksimal (4) dan dikalikan 100, sehingga menghasilkan nilai rata-rata aspek penilaian sebesar 49.

Nilai 49 dalam kualifikasi Penilaian Acuan Kriteria (PAK) tergolong ke dalam kategori kurang. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan siswa dalam menggunakan ejaan dan tata tulis yang sesuai dengan EYD V masih kurang tepat. Kesalahan ejaan dan tata tulis banyak ditemukan pada penulisan huruf kapital dan penggunaan tanda baca, seperti tanda seru (!), tanda hubung (-), tanda koma (,), dan tanda baca lainnya yang penulisannya belum tepat.

Nilai Rata-Rata Keseluruhan Menulis Teks Iklan Siswa

Berikut adalah nilai rata-rata keseluruhan siswa kelas VIII.1 MTsN 3 Bogor dalam menulis teks iklan dengan menggunakan aplikasi Nearpod dan memanfaatkan video iklan dari akun Youtube AdemSariID.

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum X}{N} \\ &= \frac{2210}{27} \\ &= 81,85\end{aligned}$$

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai rata-rata penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan pada siswa kelas VIII.1 MTsN 3 Bogor, yaitu 81,85 dan jika dibulatkan menjadi 82. Berdasarkan tabel di atas, semua siswa mendapat nilai setara dan di atas Kriteria Ketuntasan Minimal (KKM). Sebanyak 20 siswa mendapat predikat nilai baik sekali dengan persentase $\frac{20}{27} \times 100 = 74 \%$. Sedangkan, 7 siswa lainnya mendapat predikat baik dengan persentase $\frac{7}{27} \times 100 = 26 \%$.

Dengan demikian, berdasarkan hasil di atas disimpulkan bahwa sebanyak 20 siswa dengan persentase 74 % mendapat nilai baik sekali. Kemudian, sebanyak 7 siswa dengan persentase 26 % mendapat nilai baik. Hasil rata-rata tes menulis siswa menggunakan aplikasi Nearpod berupa stimulus ilustrasi video Adem Sari adalah 82.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa siswa sudah mampu menulis teks iklan dengan stimulus sebuah ilustrasi video. Siswa juga mampu menyusun teks iklan dengan dua strukturnya, yaitu pengenalan produk dan pernyataan persuasif. Namun, masih ada beberapa siswa yang kurang jelas dan kurang tepat dalam menuliskan dua struktur teks iklan. Selanjutnya, para siswa menunjukkan kemampuan yang baik dalam menulis teks iklan sesuai lima kaidah kebahasaan teksnya, yaitu kalimat persuasif, kalimat imperatif, kalimat ringkas, berkesan positif, dan berima. Semua siswa mampu menuliskan 4-5 kaidah kebahasaan teks iklan.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan kemampuan siswa dalam menulis teks iklan dengan ketepatan kata dan ejaan dan tata tulis. Pada aspek ketepatan kata, siswa sudah memilih kata yang tepat, tetapi masih terdapat beberapa penggunaan kata yang tidak sesuai

dengan KBBI dan konteks kalimatnya. Siswa juga masih memiliki kelemahan pada penulisan ejaan dan tata tulis. Masih banyak ditemukan ketidaktepatan ejaan dan tata tulis yang tidak sesuai dengan EYD V. Oleh karena itu, siswa masih butuh pendalaman materi terkait penulisan ejaan dan tata tulis yang benar.

Hasil di atas menunjukkan bahwa aplikasi Nearpod dapat dimanfaatkan sebagai media dalam pembelajaran menulis teks iklan. Hasil ini diperkuat oleh pernyataan dari guru Bahasa Indonesia MTsN 3 Bogor terkait penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan:

“Dengan media Nearpod anak-anak lebih menyenangkan. Jadi, dengan Nearpod, interaksi antara guru dan siswa mudah/sudah tercapai. Di mana guru menampilkan dengan berbagai macam gambar yang ditayangkan penayangan gambar iklan dan contoh-contoh video yang menarik itu akan membuat siswa merasa tertarik bahkan ingin juga menciptakan iklan tersebut. Dengan Nearpod, siswa lebih memahami, lebih mengerti instruksi gurunya, karena sudah langsung ditampilkan dengan tampilan gambar-gambar yang menarik. Selain itu juga ada quiz, ada pertanyaan terbuka. Anak termotivasi untuk menjawab bahkan anak juga termotivasi untuk membuat iklan sendiri. Dengan Nearpod, pada dasarnya pembelajaran akan mudah ditangkap oleh anak dan siswa akan mudah merespon karena dengan gambar itu secara tidak langsung anak itu cepat mengerti dan memahami dari pada hanya menggunakan metode ceramah ataupun yang sekarang ini. Mungkin siswa lebih menarik dengan menggunakan penglihatan, ya, dan melihat langsung mencoba karena itu mungkin dengan nearpod anak lebih cocok. Bagus. Ibu merespon bahwa dengan media ini akan cepat tercapai tujuan dari guru di dalam menyampaikan pembelajaran.”. (Dra. Setjo Sri Poedjiningtias, 2022)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa guru masih menggunakan media konvensional seperti proyeksi gambar tanpa gerak atau peragaan manual. Guru belum pernah menggunakan media pembelajaran berbasis TIK seperti aplikasi Nearpod. Pemberian tugas menulis teks iklan masih terpaku pada buku teks, yaitu menulis teks iklan dengan menggambar sebuah poster. Siswa belum pernah diberi tugas menulis sebuah iklan elektronik. Tugas menulis masih dibebankan secara berkelompok, bukan secara individu. Hal ini dikarenakan besarnya biaya bahan dan alat tulis dalam membuat poster iklan. Hal tersebut menunjukkan pemberian tugas menulis teks iklan belum efisien karena masih memerlukan biaya mahal. Selain itu, tidak melatih siswa untuk menulis teks iklan secara individu.

Pembelajaran menulis teks iklan dengan menggunakan aplikasi Nearpod pada siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor tahun pelajaran 2022/2023 menunjukkan hasil yang baik. Fitur-fitur yang digunakan dapat membantu pemahaman materi dan membantu siswa dalam menciptakan sebuah teks iklan. Dengan demikian, aplikasi Nearpod dapat digunakan sebagai media pembelajaran menulis teks iklan siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor. Nilai rata-rata keseluruhan siswa kelas VIII.1 MTsN 3 Bogor berdasarkan hasil penelitian adalah 81,85 atau dibulatkan menjadi 82 dengan predikat baik sekali. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah siswa yang

mendapat nilai dengan predikat baik sekali yaitu 20 siswa dengan persentase 74%, dan 7 siswa dengan persentase 26% memperoleh nilai dengan predikat baik.

REFERENSI

- Amalia, Fatwa. 2021. *Modul Pembelajaran SMP Terbuka Bahasa Indonesia: Modul 2 Berkomunikasi Melalui Teks Iklan Kelas VIII*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Faradisa, Ayu Rifqi., dkk. 2021. "Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Nearpod pada Materi Pencemaran Lingkungan untuk Peserta Didik Kelas VII SMP/MTs" dalam Prosiding *PISCES: Proceeding of Integrative Science Education Seminar. 1st Annual Virtual Conference of Education and Science (AVES)*. Vol. 1.
- Hamid, Mustofa Abi., dkk. 2020. *Media Pembelajaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kosasih, E. 2017. *Bahasa Indonesia Kelas VIII*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Minalti, Mayang Putri dan Yeni Erita. 2021. *Penggunaan Aplikasi Nearpod untuk Bahan Ajar Pembelajaran Tematik Terpadu Tema 8 Subtema 1 Pembelajaran 3 Kelas IV Sekolah Dasar*. *Journal of Basic Education Studies*. Vol. 4. No. 1. Juni 2021.
- Munirah. 2019. *Pengembangan Keterampilan Menulis Paragraf*. Sleman: Deepublish.
- Nurhamidah, Didah. 2021. *Pengembangan Instrumen Penilaian Berbasis Media Nearpod dalam Mata Kuliah Bahasa Indonesia*. PENA LITERASI: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Vol. 4. No. 2. Oktober 2021.
- Poedjiningtias, Setjo Sri. 2022. Wawancara. MTsN 3 Bogor, Jumat, 29 Juli.
- Ridwanuddin, Dindin. 2015. *Bahasa Indonesia*. Tangerang Selatan: UIN Press.
- Rizki, Fitria., Satinem, Agung Nugroho. 2021. *Modul Menulis Teks Iklan Berbasis Kontekstual (Pengembangan Bahan Ajar Kelas VIII SMP Negeri H Wukirsari)*. Jurnal LP3MKIL: Lembaga Publikasi Penelitian, Pengabdian Masyarakat, dan Karya Ilmiah Linggau. Vol. 1. No. 1. Mei 2021.
- S. Holly, Atkins, dan Lin caver. 2021. *Writing is Thinking Strategies for All Content Areas*. London: Rowman and Littlefield Publishing Group.
- Said, Hamdanah dan Muhammad Iqbal Hasanuddin. 2019. *Media Pembelajaran Berbasis ICT: Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis ICT terhadap Hasil Belajar Mahasiswa*. Parepare: IAIN Parepare NusantaraPress.
- Sutarsih, Tri., dkk. 2020. *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.