

## **BAB II LANDASAN TEORETIS**

### **A. Kajian Teoretis**

#### **1. Hakikat Pembelajaran Iklan pada SMP Kelas VIII Berdasarkan Kurikulum 2013 Revisi**

##### **a. Kompetensi Inti**

Pembelajaran di sekolah tentunya memiliki tujuan yang harus dicapai. Hal tersebut sesuai dengan yang tercantum pada Permendikbud no 24 tahun 2016 (2016: 3) tingkat kemampuan untuk mencapai standar kompetensi lulusan yang harus dimiliki seorang siswa pada setiap tingkat kelas.

Kompetensi inti yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

- KI 1 : Menghargai dan menghayati ajaran agama yang dianutnya.
- KI 2 : Menunjukkan perilaku jujur, disiplin, tanggung jawab, peduli, (toleransi, gotong royong), santun, percaya diri, dalam berinteraksi secara efektif dengan lingkungan sosial dan alam dalam jangkauan pergaulan dan keberadaanya.
- KI 3 : Memahami pengetahuan (faktual, konseptual, dan prosedural) berdasarkan rasa ingin tahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya terkait fenomena dan kejadian tampak mata.
- KI 4 : Mencoba, mengolah, dan menyaji dalam ranah konkret (menggunakan, mengurai, merangkai, memodifikasi, dan membuat) dan ranah abstrak (menulis, membaca, menghitung, menggambar, dan mengarang) sesuai

dengan yang dipelajari di sekolah dan sumber lain yang sama dalam sudut pandang/teori.

Berdasarkan kompetensi inti, penulis menyimpulkan bahwa untuk mencapai tujuan pembelajaran siswa harus bisa mencapai empat kompetensi inti yaitu sikap spiritual (KI 1), sikap sosial (KI 2), sikap pengetahuan (KI 3), dan sikap keterampilan (KI 4). Hal tersebut menunjukkan bahwa pembelajara bahasa Indonesia pada siswa kelas VIII berdasarkan kurikulum 2013 revisi siswa cerdas dalam aspek spiritual, sosial, pengetahuan, dan keterampilan.

#### **b. Kompetensi Dasar**

Kompetensi dasar yang akan digunakan oleh penulis untuk melaksanakan penelitian tindakan kelas pada kelas VIII adalah sebagai berikut.

- 3.4 Menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar.
- 4.4. Menyajikan gagasan, pesan, ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis.

#### **c. Indikator Pembelajaran**

- 3.4.1 Menjelaskan pola penyajian teks iklan yang dibaca.
- 3.4.2 Menjelaskan maksud pesan dari iklan yang sudah dibaca.
- 3.4.3 Menjelaskan kalimat persuasif pada teks iklan yang sudah dibaca.
- 3.4.4 Menjelaskan kalimat imperatif pada teks iklan yang sudah dibaca.
- 4.4.1. Menulis teks iklan dengan memperhatikan pola penyajian tek iklan.

4.4.2 Menulis teks iklan dengan memperhatikan ciri kebahasaan teks iklan.

#### **d. Tujuan Pembelajaran**

3.4.1 Menjelaskan secara tepat pola penyajian teks iklan yang sudah dibaca.

3.4.2 Menjelaskan secara tepat maksud pesan dari teks iklan yang dibaca.

3.4.3 Menjelaskan secara tepat kalimat persuasif pada teks iklan yang sudah dibaca.

3.4.4 Menjelaskan secara tepat kalimat imperatif pada teks iklan yang sudah dibaca.

4.4.1. Menulis secara tepat teks Iklan dengan memperhatikan pola penyajian teks iklan.

4.4.2 Menulis secara tepat teks Iklan dengan memperhatikan ciri kebahasaan teks iklan.

## **2. Hakikat Teks Iklan**

### **a. Pengertian dan fungsi iklan**

Kosasih (2017: 360) mengatakan bahwa “Teks iklan adalah jenis teks yang mengomunikasikan suatu pesan, gagasan, ataupun pikiran kepada orang lain dan cenderung bersifat persuasif”. Stephson (dalam Pujiyanto, 2013: 3) mengatakan bahwa “Iklan adalah suatu kegiatan yang menggunakan sewa tempat pada salah satu perusahaan media komunikasi yang nantinya memperkenalkan hasil produksi barang atau jasa yang baru, agar masyarakat mengetahui produksi barang atau jasanya yang baru”. Sejalan dengan Kosasih dan Stephson, Darmawati (2015: 117) mengatakan bahwa “Iklan merupakan faktor penting untuk melakukan penjualan, penawaran, atau pemberitahuan informasi. Komponen iklan pertama adalah mendorong dan membujuk. Sifat yang harus dimiliki iklan adalah yaitu sifat persuasif”. Persuasif

dalam kamus besar bahasa Indonesia (2008: 1062) berarti “Bersifat membujuk secara halus (supaya menjadi yakin)”.

Pengertian tersebut menjelaskan bahwa sebuah iklan digunakan sebagai alat untuk memberitahukan jasa atau produk kepada khalayak.

Selain itu Kosasih (2017: 29) menjelaskan fungsi iklan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan bisnis komersial, untuk menjual barang dan jasa.
  2. Bagi dunia perkantoran, untuk mendapatkan karyawan.
  3. Bagi pemerintah, untuk menyebarkan informasi dan memberikan layanan kepada masyarakat.
  4. Bagi perorangan, untuk membeli dan menjual barang-barang pribadi.
- Kosasihpun mengatakan bahwa fungsi iklan memiliki suatu kesamaan umum, yakni sebagai kebutuhan untuk mengomunikasikan pesan, baik yang bersifat komersial, sosial, maupun pribadi.

Dari pendapat ahli mengenai iklan dan fungsi iklan, dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan alat yang digunakan untuk mengomunikasikan suatu pesan kepada khalayak mengenai barang atau jasa di suatu media massa, dan hal yang utama dari iklan adalah menggunakan kata yang persuasif atau mengajak. Fungsi iklan bisa digunakan untuk perusahaan bisnis komersial, dunia perkantoran, bagi pemerintah, dan bagi perorangan.

#### **b. Struktur Teks Iklan**

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: "ABC"
  5. Foto produk, yang menunjukkan penampilan produk yang ditawarkan.

### **c. Unsur-unsur Kebahasaan Teks Iklan**

Teks iklan berisi suatu pesan, gagasan, ataupun pikiran kepada orang lain dan cenderung bersifat persuasif. Menurut Sumbi dan Joshephina (2021: 1799) "Bahasa/kalimat persuasif adalah bahasa yang digunakan untuk mengajak, meyakinkan, dan membujuk pihak lain untuk melakukan sesuatu". Irma (dalam Sumbi dan Joshephina 2021: 1799) berpendapat bahwa "Kalimat persuasif berarti kalimat yang membujuk dan meyakinkan. Persuasi adalah bujukan halus, ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek yang meyakinkan, dan himbauan. Dari pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa kalimat persuasif adalah kalimat ajakan yang bertujuan untuk mempengaruhi pembaca.

Selain terdapat kalimat persuasif, biasanya pada iklan juga terdapat kalimat imperatif. Kalimat imperatif menurut Claria (2021: 481) "kalimat perintah yang memiliki fungsi untuk mengarahkan seseorang melakukan sesuatu".

### **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.

#### **1) 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) “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”. Sedangkan menurut Setiyaningsih (2019: 64) “Iklan media cetak adalahh iklan yang dibuat dan dipasang dengan menggunakan teknik cetak, baik cetak dengan menggunakan teknologi sederhana maupun teknologi tinggi”.

Berdasarkan pendapat para ahli yang sudah diuraikan dapat disimpulkan bahwa iklan media cetak adalah iklan yang ditulis lalu dibuat dengan menggunakan teknik cetak yang mengandalkan desain grafis. Berikut ini adalah jenis-jenis iklan iklan media cetak:

#### **a) Iklan Baris**

Iklan baris biasanya digunakan untuk menjaul suatu properti atau barang yang bisa ditemukan di dalam surat kabar. Menurut Kosasih (2017: 267) “Iklan baris adalah iklan yang pemasangannya berupa baris-baris”. Sejalan dengan Kosasih, Setiyaningsih (2019: 65) menjelaskan bahwa “Iklan baris adalah pengembangan dari promosi iklan yang mengutamakan daya tarik gambar dan informasi lengkap serta terperinci”. Dari pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan baris merupakan iklan yang pemasangannya berupa baris-baris dan biasanya tidak menggunakan gambar.

Iklan baris biasanya berisi inti dari apa yang akan diiklankan oleh pembuat iklan oleh karena itu biasanya surat kabar memberikan syarat untuk membuat iklan

baris minimal 2-3 baris, selain itu iklan penggunaan kata dalam iklan baris biasanya dipersingkat agar iklan tersebut muat dalam 2-3 baris. Berikut contoh dari iklan baris:

Dcri ART pria/wanita, usia min 20th

max 35th, krj mdh, gaji mckupi, minat

hub: 081112211321

Sumber: <https://www.materibelajar.id/2016/09/pengertian-dan-contoh-iklanbaris.html>

### **b) Iklan Kolom**

Sama halnya dengan iklan baris, iklan kolompun biasanya bisa sangat mudah ditemukan di dalam surat kabar, hanya saja jika dalam iklan baris iklan terdiri dari 2-3 baris, iklan kolom ini biasanya memiliki lebar satu kolom tetapi lebih tinggi daripada iklan baris. Iklan kolom dalam surat kabar biasanya berisi ucapan selamat, menawarkan barang dan jasa, mengucapkan duka cita, lowongan kerja, dan lain-lain. Menurut Setiyaningsih (2019: 67) “Selain pesan tertulis, dalam iklan kolom dimungkinkan pula pesan tidak tertulis seperti ilustrasi gambar, simbol, lambang, dan tanda-tanda visual lainnya”. Sedangkan menurut Kosasih (2017: 268) “Iklan kolom adalah iklan yang pemasangannya dalam media berupa kolom-kolom”. Di samping menggunakan teks, iklan baris sering pula menyertakan gambar dan berbagai ilustrasi menarik lainnya.

Berdasarkan pendapat ahli yang sudah diuraikan dapat disimpulkan bahwa iklan kolom merupakan iklan yang berada di surat kabar yang memiliki lebar satu kolom yang berisi teks ataupun gambar untuk mempromosikan suatu barang atau

jasa, dan mengucapkan sesuatu hal untuk orang tertentu. Berikut ini adalah contoh iklan kolom.



*Gambar 2. 1 Iklan kolom*

*Sumber: <https://www.nesabamedia.com/jenis-jenis-iklan/>*

## **2) Iklan Elektronik**

Iklan elektronik bisa dengan mudah kita temui di media elektronik seperti televisi atau radio. Menurut Kosasih (2017: 269) “Iklan elektronik adalah iklan yang berbasis perangkat elektronik”. Sejalan dengan Kosasih Setiyaningsih (2019: 73) mengatakan bahwa “Iklan elektronik adalah iklan yang disebarakan melalui media elektronik”. Berikut ini adalah jenis-jenis dari iklan elektronik.

### **a) Iklan Radio**

Radio dalam kamus besar bahasa Indonesia (2008: 1130) berarti “Siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara”. Samahalnya dengan televisi di dalam radio biasanya terdapat saluran yang berisi acara musik, berita, dan hiburan lainnya, selain itu saat penayangan acara tersebut biasanya radio menyajikan iklan yang

menarik, iklan dalam radio biasanya disebut dengan iklan radio. Menurut Setiyaningsih (2019: 73) “Iklan radio memiliki karakteristik khas yaitu hanya dapat didengarkan melalui audio (suara)”. Iklan radio memadukan kata-kata (*voice*), musik, dan *sound effect* atau efek suara.

Menurut Kosasih (2017: 269) Iklan radio terdiri dari beberapa jenis, yaitu:

- (1) *Ad lib*, disampaikan oleh penyiar secara langsung, berupa kata-kata saja. Biasanya durasinya tidak lebih dari 60 detik.
- (2) *Spot*, disampaikan dengan teknik perekaman sehingga membutuhkan persiapan naskah terlebih dahulu. Durasinya berkisar antara 15 sampai 60 detik
- (3) Sponsor program, pemberian waktu khusus kepada sponsor untuk menyampaikan pesan dengan cara membiayai sebuah program acara tertentu.

Berikut ini adalah contoh dari iklan radio.



Gambar 2. 2 Iklan Radio

Sumber: <https://www.nesabamedia.com/jenis-jenis-iklan/>

**b) Iklan Televisi**

Iklan di televisi biasa diperlihatkan pada saat jeda suatu acara yang sedang di tayangkan di tv. Menurut Kosasih (2017: 269) iklan televisi mengandung unsur suara, gambar. Berikut ini adalah contoh dari iklan radio.

**c) Iklan Film**

Iklan film biasanya dapat dijumpai pada sebelum penayangan sebuah film di bioskop. Menurut Kosasih (2017: 270) “Iklan film yang tersaji dalam judul film (produksi sinema)”. Biasanya muncul sebelum film utama diputar.

**d) Iklan Media Digital Interaktif (Internet)**

Saat ini penggunaan internet sangat membantu dan dibutuhkan oleh masyarakat, selain sebagai sarana interaksi dan mencari informasi, internetpun bisa menjadi wadah untuk mengiklankan sesuatu.

**e) Iklan Luar Ruang (*Out-of-Home*)**

Ketika di jalan raya sering kali kita melihat baliho besar yang berisi iklan suatu produk atau jasa, iklan tersebut biasa disebut iklan luar ruang. Jenis iklan luar ruang menurut Kosasih (2017: 270) yaitu “Iklan *outdoo standar* yang beruoa baliho dengan berbagai ukuran”. Bentuknya mungkin berupa gambar dua dimensi cetak ataupun tiga dimensi. Selain itu ada iklan transit yang terpasang pada kendaraan umum, terminal, stasiun, dan tempat-tempat umum lainnya.

### e. Menulis 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, tunjukanlah 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....., anda bisa memainkan gitar di akhir pekan ini”.

Sedangkan 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, kelimat langsung menuju sasaran, dan semenarik mungkin dengan menambahkan gambar-gambar.

Berdasarkan pendapat ahli yang sudah diuraikan cara menulis iklan yang sangat diperlukan adalah pengiklan harus bisa memilih kata yang akan digunakan untuk mengiklan produknya semenarik mungkin agar menarik khalayak, lalu cantumkan keterangan dengan serinci mungkin, selain itu menggunakan gambar yang sesuai dapat menarik khalayak terhdap produk atau jasa yang diiklankan.

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

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

Johnson (2018: 57) menjelaskan bahwa

“CTL adalah sebuah sistem yang merangsang otak untuk meyusun 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”.

Sejalan dengan Johnson, Al-Tabany (2017: 140) menjelaskan bahwa.

“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”.

Sama halnya dengan Johnson dan Al-Tabany, Shoimin (2016- 41) berpendapat bahwa “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 penerepannya dalam kehidupan mereka sebagai anggota keluarga dan masyarakat”.

Dari pendapat ahli tersebut 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 siswa.

#### **b. Tahap Pembelajaran 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. Berikut ini adalah tahap pembelajaran model CTL menurut Al-Tabany (2017: 144).

- 1) Kembangkan pemikiran bahwa anak akan belajar lebih bermakna dengan cara bekerja sendiri, menemukan sendiri, dan mengkonstruksi sendiri pengetahuan dan keterampilan barunya.
- 2) Laksanakan sejauh mungkin kegiatan inkuiri untuk semua topik.
- 3) Kembangkan sifat ingin tahu siswa dengan bertanya.
- 4) Ciptakan masyarakat belajar (belajar dalam kelompok).
- 5) Hadirkan model sebagai contoh pembelajaran.
- 6) Lakukan refleksi di akhir pertemuan.
- 7) Lakukan penilaian yang sebenarnya dengan berbagai cara.

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) Apersepsi sebagai penggalian 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.

Sedangkan menurut Mulyasa (dalam Hasibuan, 2014: 10) ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan dalam pembelajaran kontekstual yaitu sebagai berikut.

- (a) Pembelajaran harus memperhatikan pengetahuan yang sudah dimiliki oleh siswa.
- (b) Pembelajaran dimulai dari keseluruhan (global) menuju bagian-bagiannya secara khusus (dari umum ke khusus).
- (c) Pembelajaran harus ditekankan pada pemahaman, dengan cara: menyusun konsep sementara, melakukan sharing untuk memperoleh masukan dan tanggapan dari orang lain, dan merevisi dan mengembangkan konsep.

- (d) Pembelajaran ditekankan pada upaya mempraktikkan secara langsung apa-apa yang dipelajari.
- (e) Adanya refleksi terhadap strategi pembelajaran dan pengembangan pengetahuan yang dipelajari.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa model pembelajaran CTL dalam menganalisis pola kebahasaan, dan menulis teks iklan, dapat dilakukan tahapan sebagai berikut.

- 1) Siswa menggali dan mengembangkan pengetahuan mengenai teks iklan.
- 2) Siswa menyimak contoh teks iklan yang diberikan oleh guru.
- 3) Siswa dibentuk menjadi beberapa kelompok untuk diberikan suatu permasalahan yang harus diselesaikan secara bersama-sama.
- 4) Perwakilan kelompok menyampaikan hasil diskusinya, dan kelompok lain menanggapi hasil diskusi yang disajikan oleh temannya.
- 5) Siswa yang belum memahami materi diberi kesempatan untuk bertanya.
- 6) Guru meluruskan kesalahan yang dilakukan oleh siswa.
- 7) Melakukan refleksi pada akhir pertemuan.
- 8) Siswa dan guru menyimpulkan materi yang telah dibahas.
- 9) Guru memberikan evaluasi.

**c. Keunggulan dan Kelemahan Model Pembelajaran CTL (*Contextual, Teaching, and Learning*)**

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

- 1) Pembelajaran kontekstua 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.

Selain keunggulan model pembelajaran CTL tentunya memiliki sebuah kelemahan. Kelemahan 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.

### **B. Hasil Penelitian yang Relevan**

Hasil penelitian yang relevan yang penulis laksanakan adalah penelitian yang dilakukan oleh Aminatus Zulfa mahasiswa jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2018. Aminatus Zulfa melaksanakan penelitian dengan judul “Peningkatan Keterampilan Menulis Cerita Naratif pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Melalui Model (CTL) Siswa Kelas III MI Darun Najah Sidoarjo”. Kesimpulan dari penelitian yang dilaksanakan oleh Aminatus Zulfa yaitu model pembelajaran *contextual, teaching, and learning* (CTL) dapat meningkatkan keterampilan menulis cerita naratif pada mata pelajaran bahasa Indonesia.

Penelitian yang penulis lakukan mempunyai persamaan dengan penelitian Aminatus Zulfa yaitu sama menggunakan model pembelajaran *contextual, teaching, and learning* (CTL).

### C. Anggapan Dasar

Heryadi (2010: 31) mengemukakan bahwa anggapan dasar akan menjadi acuan atau landasan pemikiran dalam merumuskan hipotesis.

Sejalan dengan pernyataan tersebut, anggapan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kemampuan menulis iklan berdasarkan konteks yang ditentukan merupakan kompetensi dasar yang harus dimiliki siswa kelas VIII berdasarkan kurikulum 2013 revisi.
2. Salah satu faktor yang meningkatkan keberhasilan suatu pembelajaran adalah model pembelajaran.
3. Model pembelajaran CTL (*contextual, teaching, and learning*) merupakan salah satu model pembelajaran yang dapat diterapkan pada pembelajaran menulis iklan berdasarkan konteks yang ditentukan.

### D. Hipotesis

Heryadi (2010: 32) mengemukakan bahwa “memutuskan hipotesis maksudnya peneliti berdasarkan prinsip dasar atau anggapan dasar yang dilandasi oleh hasil kajian teori berupa membuat simpulan dan jawaban sementara tentang masalah penelitian yang diusulkannya. Hipotesis penelitian ini adalah hipotesis tindakan”.

Berdasarkan anggapan dasar, hipotesis yang dirumuskan oleh penulis yaitu model pembelajaran CTL (*contextual, teaching, and learning*) dapat meningkatkan kemampuan mengidentifikasi pola penyajian dan unsur-unsur kebahasaan teks iklan dan dapat meningkatkan kemampuan menulis teks iklan berdasarkan konteks yang ditentukan pada siswa kelas VIII MTs Persis Cempakawarna Kota Tasikmalaya tahun ajaran 2021/2022.