



**PENGEMBANGAN BAHAN AJAR DIGITAL INTERAKTIF DALAM
PEMBELAJARAN IKLAN KELAS VIII MTS AL-HAYATUL
ISLAMIYAH**

SKRIPSI

**OLEH:
ELMAYA FARADINA MAYLAFAIZA
NPM 222.01.07.1.036**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
PRODI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
FEBRUARI 2026**

ABSTRAK

Maylafaiza, Elmaya Faradina. 2026. *Pengembangan Bahan Ajar Digital*

Interaktif dalam Pembelajaran Iklan Kelas VIII Mts Al Hayatul Islamiyah.

Skripsi, Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan

dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Malang. Pembimbing I: Helmi

Wicaksono S.Pd., M.Pd. Pembimbing II Itznaniyah Umie Murniati M.Pd

Kata Kunci: bahan ajar digital interaktif, teks iklan, penelitian pengembangan, model 4D

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan bahan ajar digital interaktif teks iklan bagi peserta didik kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah serta mengetahui tingkat kelayakannya berdasarkan validasi ahli dan respons peserta didik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan 4D (*Define, Design, Develop, Disseminate*) yang dikemukakan oleh Thiagarajan, Semmel & Semmel (1974). Tahapan pengembangan dalam penelitian ini meliputi tahap pendefinisian (*define*) melalui analisis kebutuhan pembelajaran, tahapan perancangan (*design*) untuk menyusun rancangan produk, tahap pengembangan (*develop*) berupa pembuatan produk dan validasi ahli, serta tahap *disseminate* yang dilakukan dalam bentuk uji coba terbatas.

Subjek penelitian ini adalah peserta didik kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah dengan jumlah 10 orang pada tahap uji coba terbatas. Teknik pengumpulan data menggunakan angket validasi ahli materi, ahli bahasa dan ahli media, serta angket respons peserta didik. Data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan ajar digital interaktif yang dikembangkan memperoleh kategori layak berdasarkan ahli materi, ahli media dan ahli bahasa, serta mendapatkan respons sangat positif dari peserta didik. Dengan demikian, bahan ajar digital interaktif teks iklan yang dikembangkan dinyatakan layak digunakan sebagai media pendukung pembelajaran Bahasa Indonesia di MTs, serta memberikan inovasi pembelajaran berbasis teknologi yang lebih menarik dan interaktif.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era digital, perkembangan teknologi diantaranya teknologi informasi yang sangat berperan penting dalam pendidikan. Proses pembelajaran yang sebelumnya berfokus hanya pada penyampaian materi secara manual kini dituntut untuk bertransformasi menuju pembelajaran berbasis digital yang lebih interaktif dan kontekstual. Perkembangan pendidikan abad ke-21 tidak hanya menekankan kemampuan kognitif, namun juga kompetensi digital, kreativitas, dan kemampuan komunikasi visual. Oleh karena itu, agar sejalan dengan karakteristik generasi yang akrab dengan teknologi digital, guru perlu menyesuaikan strategi pembelajaran.

Pada pembelajaran bahasa Indonesia dalam proses belajar mengajar, peserta didik tidak hanya memiliki tujuan belajar untuk memahami struktur dan kaidah bahasa saja, namun juga diharapkan mampu menerapkan bahasa secara kreatif dalam berbagai konteks komunikasi. Salah satu pembelajaran tentang teks yang diajarkan pada tingkat SMP/MTs yang memiliki andil dalam perkembangan dan kemampuan peserta didik dalam berfikir kritis dan memahami pesan dalam segi visual adalah teks iklan. Namun, dalam kenyataannya, pembelajaran iklan di sekolah masih cenderung bersifat teoritis dan konvensional. Guru sering kali hanya menjelaskan konsep secara teori dan memberikan contoh tanpa melibatkan peserta didik dalam proses eksplorasi dan produksi karya iklan yang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini.

Berdasarkan pengalaman peneliti saat melaksanakan Praktek Belajar Lapangan Inovatif (PBLI) di MTs Al Hayatul Islamiyah, proses pembelajaran bahasa Indonesia pada materi iklan masih didominasi oleh penyampaian materi secara lisan dan pemberian tugas yang bersumber dari buku paket. Penggunaan media pembelajaran yang bervariasi dan interaktif belum dimanfaatkan secara optimal dalam mendukung kegiatan belajar mengajar. Hal tersebut menimbulkan respon peserta didik yang kurang aktif dan juga kurang antusias dalam kegiatan pembelajaran. Kegiatan evaluasi pembelajaran belum terstruktur dan terdokumentasikan secara sistematis pada setiap pertemuan di MTs Al Hayatul Islamiyah. Kondisi ini menunjukkan perlunya perangkat evaluasi yang lebih terencana untuk mendukung pemantauan pencapaian belajar peserta didik. Ketika peneliti mencoba menerapkan bahan ajar digital sederhana berupa presentasi yang menarik dan lembar kerja dengan visual yang lebih komunikatif, peserta didik menunjukkan antusiasme yang tinggi. Mereka menjadi lebih kreatif, aktif dan bersemangat dalam menulis iklan. Dengan pengamatan tersebut, peserta didik menyatakan bahwa pembelajaran terasa menyenangkan dan menarik serta tidak membosankan.

Berdasarkan pengalaman tersebut, peneliti merasa perlu mengembangkan bahan ajar digital interaktif yang tidak hanya menarik secara visual, namun juga mampu melibatkan peserta didik secara aktif dalam proses pembelajaran agar motivasi dan hasil belajar mereka meningkat. Sebelum mengembangkan bahan ajar digital interaktif, hal yang akan dilakukan selanjutnya yaitu analisis kebutuhan yang berguna untuk identifikasi kesenjangan yang terdapat antara kondisi pembelajaran yang berlangsung dengan kondisi ideal yang diharapkan

atau sebaliknya, baik dari segi peserta didik, guru, maupun media pembelajaran yang digunakan.

Hasil analisis kebutuhan yang dilakukan melalui penyebaran angket kepada peserta didik kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah menunjukkan bahwa peserta didik memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap penggunaan bahan ajar digital interaktif. Sebagian besar peserta didik menyatakan bahwa mereka lebih mudah memahami materi apabila disajikan melalui media digital yang dilengkapi tampilan visual menarik, gambar dan audio. Selain itu, peserta didik juga menyatakan masih mengalami kesulitan dalam memahami unsur-unsur teks iklan serta membutuhkan bahan ajar yang memungkinkan mereka belajar secara mandiri melalui aktivitas interaktif seperti kuis dan latihan digital. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan bahan ajar digital interaktif menjadi kebutuhan yang relevan dengan karakteristik belajar peserta didik.

Menurut penelitian terdahulu dari (Murniatie & Busri, 2021) menunjukkan bahwa penyampaian materi secara teori saja tidak menjamin peserta didik terampil dalam menghasilkan teks yang baik. Banyak peserta didik masih melakukan kesalahan dalam penulisan karena mereka tidak mendapatkan pengalaman belajar yang aplikatif. Kondisi ini mempertegas bahwa pembelajaran yang hanya berpusat pada penjelasan guru tidak mampu mengoptimalkan keterampilan berbahasa.

Dalam penelitian tersebut, memfokuskan pada pengembangan bahan ajar digital interaktif untuk pembelajaran teks iklan. Pemilihan fokus ini didasarkan pada pertimbangan bahwa teks iklan secara esensial telah mengandung unsur visual dan verbal yang juga terdapat dalam poster dan slogan. Dengan demikian,

fokus penelitian ini tetap mencakup kompetensi dasar yang luas, tetapi menjadi lebih spesifik dan efisien untuk dikembangkan di lingkungan madrasah

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengemukakan bahwa manfaat media digital dalam aktivitas belajar mengajar materi bahasa Indonesia dapat menunjukkan dampak positif dari segi motivasi dan hasil akhir pemahaman peserta didik. Penelitian yang dilakukan oleh (Triana Dewi et al., 2022) mengembangkan bahan ajar digital pada materi iklan, slogan dan poster, dan hasilnya menunjukkan peningkatan motivasi belajar siswa. Selain itu (Setiyowati et al., 2025) menunjukan bahwa penggunaan media berbasis canva dianggap dapat meningkatkan hasil belajar peserta didik, media tersebut dapat menciptakan kegiatan belajar mengajar menjadi lebih interaktif dan menarik. Selanjutnya, (Sarif & Ansar, 2024) membuktikan bahwa penerapan media *Canva* mampu meningkatkan keterampilan menulis teks persuasif melalui kegiatan kreatif membuat iklan dan poster digital. Penelitian Jannah (2025) juga berhasil mengembangkan buku pengayaan interaktif pada materi yang sama dengan hasil validasi yang sangat layak. Sementara itu, Br Sinaga (2022) dan (Humaroh, 2024) mengembangkan media poster digital untuk meningkatkan keterampilan menulis puisi dan slogan, namun belum memfokuskan pada teks iklan secara khusus.

Dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan, menemukan sebuah kesimpulan bahwa media digital itu jika digunakan dapat memiliki dampak besar untuk meningkatkan kreativitas dan keaktifan dalam proses belajar mengajar, hanya saja, penelitian terdahulu masih berfokus pada pengembangan media digital yang informatif bukan yang interaktif, serta dilakukan di sekolah dengan fasilitas teknologi yang memadai. Saat ini belum banyak penelitian yang mengembangkan

bahan ajar digital interaktif dalam pembelajaran teks iklan di lingkungan madrasah yang memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital karena sebagian peserta didik merupakan santri yang belum terbiasa menggunakan perangkat teknologi dalam kegiatan belajar. Hal tersebut menimbulkan kebaruan penelitian yang terletak pada pengembangan bahan ajar interaktif terutama pada teks iklan yang adaptif terhadap keterbatasan literasi digital di lingkungan Madrasah dengan integrasi fitur narasi audio digital.

Berdasarkan permasalahan dan kesenjangan yang telah diuraikan, diperlukan pengembangan bahan ajar yang menjembatani kebutuhan pembelajaran abad ke 21 dengan kondisi riil di lapangan. Salah satu alternatif yang paling relevan dalam pengembangan bahan ajar yang interaktif yaitu dapat menyajikan materi yang menarik, tetapi di sisi lain juga melibatkan peserta didik secara aktif melalui latihan, refleksi serta kegiatan eksploratif. Bahan ajar interaktif dapat memberi ruang peserta didik untuk belajar dengan cara mandiri maupun berkelompok dengan dukungan visual yang membuat peserta didik lebih paham dan menantang. Pendekatan ini juga memiliki kesamaan dan jalan yang sama menuju pemenuhan standar kurikulum merdeka yang mengungkap bahwa pelajaran berbasis proyek yang bisa memunculkan kreativitas dan literasi di era digital. Di dalam Madrasah, bahan ajar digital interaktif juga dapat disesuaikan agar tetap dapat diakses secara sederhana, baik melalui perangkat digital maupun diakses secara cetak, sehingga fleksibel digunakan dalam berbagai kondisi pembelajaran.

Melihat kondisi pembelajaran bahasa Indonesia di MTs Al Hayatul Islamiyah yang masih didominasi oleh metode buku paket dan penjelasan guru

serta keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, diperlukan inovasi bahan ajar yang lebih adaptif dan menarik bagi peserta didik. Hal tersebut menjadi media yang relevan guna meningkatkan keaktifan peserta didik dalam kegiatan belajar mengajar, terutama pada teks iklan yang menuntut segi kreativitas, imajinasi dan kemampuan komunikasi visual.

Penelitian (Triana Dewi et al., 2022) mengemukakan bahwa pengembangan bahan ajar digital mampu meningkatkan keterlibatan peserta didik dan efektifitas pembelajaran, sedangkan Jannah (2025) menegaskan pentingnya unsur interaktivitas agar peserta didik dapat berperan aktif dalam proses belajar. Berdasarkan temuan tersebut, pengembangan bahan ajar digital interaktif di MTs Al Hayatul Islamiyah menjadi langkah yang logis dan kontekstual untuk menjawab kebutuhan pembelajaran yang memanfaatkan teknologi dalam lingkup madrasah dan ikut andil dalam adaptasi era digital yang meluas.

Fokus pengembangan bahan ajar digital interaktif dalam penelitian ini terletak pada aspek desain visual, navigasi aktif, dan integrasi aktivitas daring. Produk bahan ajar dirancang menggunakan platform desain digital yang memungkinkan peserta didik berinteraksi secara langsung melalui fitur *hyperlink* dan kode QR yang terhubung dengan kegiatan kuis digital (seperti *Kahoot*, *Quizizz*, dan *Wordwall*). Melalui integrasi tersebut, peserta didik tidak hanya membaca materi, tetapi juga terlibat secara aktif dalam latihan, evaluasi, dan refleksi pembelajaran. Dengan demikian, interaktivitas bahan ajar tidak hanya bersifat tampilan visual, tetapi juga mendorong kemandirian belajar dan keterlibatan digital peserta didik sesuai tuntutan pembelajaran abad ke-21.

Penelitian ini hanya fokus pada pengembangan bahan ajar digital interaktif untuk pembelajaran bahasa Indonesia di kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah. Fokus pengembangan diarahkan pada materi teks iklan, karena dalam teks iklan telah tercakup unsur-unsur poster dan slogan, baik secara visual maupun verbal. Dengan pembatasan ini, penelitian tetap merepresentasikan kompetensi dasar yang luas, tetapi lebih efisien dan terarah untuk dikembangkan serta diterapkan di lingkungan madrasah yang memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital karena sebagian peserta didik merupakan santri yang belum terbiasa menggunakan perangkat teknologi dalam kegiatan belajar.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana hasil analisis kebutuhan terhadap pengembangan bahan ajar digital interaktif dalam pembelajaran teks iklan di MTs Al Hayatul Islamiyah?
2. Bagaimana proses pengembangan bahan ajar digital interaktif pada pembelajaran teks iklan di MTs Al Hayatul Islamiyah?
3. Bagaimana tingkat kelayakan bahan ajar digital interaktif yang dikembangkan berdasarkan hasil validasi ahli materi, ahli media, ahli bahasa dan respon peserta didik?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan hasil analisis kebutuhan dalam pengembangan bahan ajar digital interaktif pada pembelajaran teks iklan di MTs Al Hayatul Islamiyah.
2. Mendeskripsikan proses pengembangan bahan ajar digital interaktif dalam pembelajaran teks iklan di MTs Al Hayatul Islamiyah.
3. Mengetahui tingkat kelayakan bahan ajar digital interaktif dalam pembelajaran teks iklan di MTS Al Hayatul Islamiyah.

1.4 Spesifikasi Produk

Bahan ajar yang memanfaatkan media interaktif ini dikembangkan sebagai salah satu media pelaksanaan kegiatan belajar mengajar pada pembelajaran bahasa Indonesia khususnya pada materi teks iklan, yang diujikan kepada peserta didik kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah. Menciptakan produk bahan ajar ini bertujuan untuk menimbulkan cara belajar yang menarik, interaktif, dan kontekstual, yang ditinjau dengan kesesuaian sikap serta karakteristik peserta didik di era sekarang.

Bahan ajar dirancang menggunakan platform *Canva*, dengan tampilan visual yang komunikatif, warna yang lembut, dan tata letak yang memudahkan navigasi. Setiap halaman dilengkapi fitur *hyperlink* antar halaman, sehingga peserta didik dapat berpindah dari satu bagian ke bagian lain dengan mudah. Selain itu, untuk meningkatkan inklusivitas dan pemahaman, bahan ajar ini juga dilengkapi fitur Narasi Audio Digital pada poin-poin kunci, sehingga peserta didik dapat mendengarkan penjelasan materi dan contoh intonasi persuasif secara langsung

Selain itu, pada bagian latihan dan evaluasi, bahan ajar ini disertai kode QR (*barcode*) yang terhubung dengan berbagai media kuis digital seperti *Kahoot*, *Quizizz*, dan *Wordwall*. Integrasi ini memungkinkan peserta didik untuk berinteraksi secara aktif dalam proses belajar, tidak hanya membaca atau menulis, tetapi juga menjawab soal dan bermain sambil belajar.

Melalui konsep ini, bahan ajar diharapkan mampu meningkatkan motivasi, kreativitas, serta keterlibatan peserta didik dalam memahami dan menghasilkan

teks iklan, meskipun berada di lingkungan madrasah dengan keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital.

Tabel 1.1 Spesifikasi Produk

Komponen	Penjabaran
Nama Produk	Bahan Ajar Digital Interaktif Teks Iklan untuk Peserta Didik MTs Al Hayatul Islamiyah
Komponen Pembelajaran	a) Capaian Pembelajaran bahasa Indonesia Fase D b) Tujuan pembelajaran 1. Memahami teks iklan 2. Menganalisis teks iklan 3. Membuat teks iklan c) Materi pembelajaran d) Latihan e) Evaluasi dan refleksi
Sistematika Penyajian Bahan Ajar Digital Interaktif	a) Sampul dan identitas bahan ajar b) Petunjuk Penggunaan c) Materi pembelajaran d) Aktivitas interaktif e) Penutup (Refleksi dan Daftar Pustaka)
Penggunaan Bahasa	a) Bahasa formal sesuai dengan karakteristik peserta didik MTs b) Kalimat komunikatif untuk memudahkan pemahaman c) Konsisten terminology pesertadidik d) Struktur kalimat jelas dan tidak ambigu e) Sesuai kaidah EYD dan prinsip kebahasaan bahan ajar
Desain Visual	a) Desain visual bernuansa festival sesuai dengan karakter produk b) Komposisi warna harmonis dan tidak mengganggu focus belajar c) Menggunakan font Poppins/Cambria yang mudah dibaca d) Setiap halaman memiliki navigasi visual yang konsisten e) Tata letak mengikuti prinsip keterbacaan
Interaktivitas Digital	a) Fitur <i>hyperlink</i> untuk navigasi antar halaman b) Fitur Narasi Audio Digital c) Kode QR menuju video, contoh iklan digital, serta latihan berbasis permainan d) Tombol klik menuju latihan digital dan refleksi daring e) Dapat digunakan secara daring maupun luring menyesuaikan kondisi fasilitas madrasah
Format dan Ukuran Produk	a) Format PPT interaktif berbasis <i>Canva</i> b) Ukuran A4 (landscape) c) Dapat diakses melalui laptop, Komputer, dan Gawai d) Dapat ditampilkan via LCD saat pembelajaran luring e) Resolusi visual disesuaikan agar ringan diakses
Kesesuaian dengan Kurikulum dan Tujuan	a) Selaras dengan CP Bahasa Indonesia Fase D b) Mendukung kompetensi literasi digital

Pembelajaran	c) Mengembangkan Keterampilan berfikir kritis d) Sesuai dengan Profil Pelajar Pancasila e) Materi sesuai dengan struktur KD teks iklan, poster dan slogan
--------------	---

Berdasarkan Tabel 1.1 Spesifikasi Produk, bahan ajar yang dikembangkan merupakan bahan ajar digital interaktif teks iklan yang dirancang khusus untuk peserta didik kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah. Produk ini meski memiliki fungsi sebagai sumber belajar, tetapi juga memiliki fungsi lain sebagai media pendukung yang memfasilitasi peserta didik dalam memahami konsep, karakteristik, hingga keterampilan memproduksi teks iklan secara mandiri. Fokus utama pengembangan produk ini adalah menciptakan keberlangsungan kegiatan belajar yang lebih menarik, kontekstual, dan meningkatkan timbal balik keaktifan peserta didik selama proses pembelajaran berlangsung.

Pada komponen pembelajaran, produk ini disusun secara sistematis dengan mengacu pada capaian pembelajaran bahasa Indonesia fase D. Tujuan pembelajaran dirumuskan secara terarah, mulai dari kemampuan memahami teks iklan, menganalisis unsur-unsur penting di dalamnya, hingga keterampilan menciptakan teks iklan sendiri. Materi yang disajikan mencakup pengertian, ciri-ciri, jenis, struktur, hingga kaidah kebahasaan teks iklan yang dirancang secara bertahap agar mudah dipahami. Selain itu, disediakan latihan serta evaluasi dan refleksi sebagai sarana untuk mengukur tingkat penguasaan materi oleh peserta didik sekaligus mendorong mereka melakukan evaluasi diri terhadap proses belajarnya.

Sistematika penyajian bahan ajar digital interaktif ini dirancang secara terstruktur dan runtut, dimulai dari sampul dan identitas bahan ajar, petunjuk penggunaan, penyajian materi, aktivitas interaktif, hingga penutup yang memuat

refleksi dan daftar pustaka. Penyusunan alur seperti ini dimaksudkan agar peserta didik dapat mengikuti pembelajaran secara mandiri dan terarah. Setiap bagian memiliki fungsi yang saling melengkapi, sehingga proses pembelajaran tidak berlangsung secara acak, melainkan mengikuti tahapan yang logis sesuai tujuan pembelajaran.

Dari segi penggunaan bahasa, bahan ajar ini menggunakan bahasa formal yang disesuaikan dengan karakteristik peserta didik tingkat MTs. Kalimat-kalimat yang digunakan disusun secara komunikatif agar memudahkan pemahaman materi. Istilah-istilah yang digunakan konsisten dan relevan dengan konteks belajar materi bahasa Indonesia, khususnya pada materi teks iklan. Struktur kalimat dibuat jelas dan tidak ambigu serta mengikuti kaidah Ejaan Bahasa Indonesia, sehingga bahan ajar ini tidak hanya berfungsi sebagai media pembelajaran, tetapi juga sebagai contoh penggunaan bahasa yang baik dan benar.

Ditinjau dari aspek desain visual, produk ini dirancang dengan nuansa yang menarik namun tetap proporsional sesuai karakteristik peserta didik. Komposisi warna dibuat harmonis agar tidak mengganggu fokus belajar. Pemilihan jenis huruf seperti Poppins dan Cambria dipilih karena memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi. Selain itu, tata letak setiap halaman dibuat konsisten dengan mempertimbangkan prinsip keterbacaan dan navigasi visual, hal tersebut dapat menimbulkan keaktifan peserta didik dalam mengikuti jalannya pembelajaran dengan nyaman tanpa merasa kebingungan.

Dalam aspek interaktivitas digital, bahan ajar ini dilengkapi dengan berbagai fitur pendukung seperti *hyperlink* untuk perpindahan antarhalaman, narasi audio digital sebagai penguat penjelasan materi, serta kode QR yang

terhubung dengan video contoh iklan dan latihan berbasis permainan. Terdapat pula tombol yang mengarah ke latihan dan refleksi daring yang terintegrasi dengan platform pembelajaran digital seperti *Wordwall*, *Kahoot*, dan *Canva*. Fitur yang terdapat dalam media tersebut dapat menjadi jalan alternatif bagi peserta didik untuk memahami materi secara daring maupun luring, yang dapat disesuaikan dengan kondisi serta fasilitas yang sudah menjadi sarana prasarana dalam sekolah.

Pada aspek format dan ukuran, produk ini disajikan dalam bentuk PPT interaktif berbasis *Canva* dengan ukuran A4 (landscape) sehingga mudah diakses melalui berbagai perangkat, seperti laptop, komputer, dan gawai. Produk ini juga dapat ditampilkan melalui LCD saat pembelajaran di kelas. Resolusi visual disesuaikan agar tetap jernih namun tidak memberatkan perangkat, sehingga bahan ajar ini fleksibel digunakan dalam berbagai situasi pembelajaran.

Adapun dari segi kesesuaian dengan kurikulum dan tujuan pembelajaran, bahan ajar ini telah diselaraskan dengan capaian pembelajaran bahasa Indonesia fase D. Produk ini mendukung penguatan literasi digital, mengembangkan keterampilan berpikir kritis, serta sejalan dengan nilai-nilai Profil Pelajar Pancasila. Materi yang disajikan juga telah disesuaikan dengan struktural kompetensi dasar teks iklan, poster, dan slogan, sehingga bahan ajar ini relevan dan kontekstual untuk digunakan dalam pembelajaran bahasa Indonesia di tingkat MTs.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang pendidikan bahasa Indonesia, khususnya terkait dengan pengembangan bahan ajar digital interaktif. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori dan model pembelajaran berbasis teknologi yang relevan dengan karakteristik peserta didik di lingkungan madrasah.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Guru Bahasa Indonesia

Penelitian ini diharapkan menjadi alternatif dan dapat menjadi acuan inspirasi guru untuk merancang dan mengembangkan bahan ajar dengan efek yang lebih efisien dan menarik, yang sesuai dengan kebutuhan peserta didik di era digital.

2. Bagi Peserta Didik

Bahan ajar digital interaktif yang dapat dihasilkan diharapkan mampu meningkatkan motivasi, kreativitas dan keterlibatan peserta didik dalam pembelajaran teks iklan.

3. Bagi Sekolah

Hasil Penelitian ini dapat mendukung upaya sekolah dalam menerapkan inovasi pembelajaran berbasis teknologi serta menjadi contoh penerapan media digital yang efektif di lingkungan madrasah.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi acuan dan pijakan untuk penelitian lanjutan terkait pengembangan bahan ajar digital pada materi lain atau pada jenjang pendidikan yang berbeda.

1.6 Asumsi

Asumsi dalam penelitian ini menjadi dasar dalam menentukan arah, rancangan dan karakteristik pada produk bahan ajar digital interaktif yang dikembangkan. Asumsi tersebut disusun berdasarkan teori pembelajaran, karakteristik peserta didik di lingkungan madrasah, serta kebutuhan pembelajaran pada abad ke-21 yang menekankan integrasi teknologi dan literasi digital.

Pertama, diasumsikan bahwa penggunaan media tersebut dapat meningkatkan kreativitas, semangat, serta keikutandilan peserta didik secara aktif dalam proses kegiatan belajar mengajar khususnya pada materi teks iklan, hal ini sejalan dengan teori pengembangan konstruktivisik yang mengemukakan bahwa keterlibatan aktif peserta didik itu penting dalam usaha untuk meningkatkan kegiatan belajar yang bermakna.

Kedua, diasumsikan bahwa peserta didik di MTs Al Hayatul Islamiyah memiliki kemampuan dasar dalam mengoperasikan media digital dengan bimbingan guru, meskipun sebagian besar belum terbiasa menggunakan teknologi secara optimal dalam pembelajaran. Oleh karena itu, bahan ajar perlu dikembangkan secara sederhana, mudah digunakan dan adaptif terhadap kondisi pembelajaran di madrasah.

Ketiga diasumsikan bahwa guru bahasa Indonesia memiliki peran penting sebagai fasilitator dalam mengarahkan penggunaan bahan ajar digital interaktif ini. Guru atau pengajar berperan tidak hanya menyampaikan informasi saja, melainkan

sebagai pengolah kegiatan pembelajaran yang memanfaatkan media digital guna menumbuhkan perkembangan berfikir kritis dalam kemampuan peserta didik, kolaboratif dan kreatif siswa.

Keempat, diasumsikan bahwa sarana pendukung seperti perangkat pembelajaran komputer, proyektor atau akses internet dasar tersedia secara terbatas namun cukup untuk mendukung proses implementasi bahan ajar digital interaktif di madrasah. Dengan demikian, pengembangan produk ini mempertimbangkan aspek ketersediaan sumber daya agar tetap dapat digunakan dalam berbagai kondisi pembelajaran, baik daring maupun luring

Kelima, diasumsikan bahwa pengembangan bahan ajar digital interaktif ini akan ikut andil dan memberikan kontribusi nyata pada peningkatan kualitas dalam kegiatan belajar mengajar pada pembelajaran bahasa Indonesia, terkhusus dalam pengembangan dan upaya menumbuhkan kemampuan peserta didik dalam memahami, menganalisis, dan menulis teks iklan yang efektif sesuai dengan kurikulum yang berlaku.

1.7 Ruang Lingkungan dan Keterbatasan

1.7.1 Ruang Lingkungan Pengembangan

Penelitian ini difokuskan pada pengembangan bahan ajar digital interaktif untuk pembelajaran teks iklan di kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah. Bahan ajar ini dikembangkan berbasis *Canva* dengan fitur *hyperlink* interaktif yang memungkinkan peserta didik berinteraksi langsung dengan materi, latihan, refleksi serta kuis berbasis tautan eksternal (*Kahoot*, *Quizizz* dan *Wordwall*). Pengembangan bahan ajar ini diarahkan untuk mendukung tujuan pembelajaran bahasa Indonesia fase D, yaitu peserta didik mampu memahami, menganalisis dan

menulis teks iklan yang efektif dengan memperhatikan struktur, ciri kebahasaan dan unsur visual. Ruang lingkup penelitian mencakup:

Subjek penelitian, yaitu peserta didik kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah yang memiliki karakteristik beragam dan belum sepenuhnya terberbisa dengan penggunaan media digital dalam pembelajaran. Objek penelitian, yaitu produk bahan ajar digital interaktif berbasis *Canva* yang berisi materi teks iklan, latihan interaktif, lembar refleksi, serta kuis berbasis digital.

Model pengembangan, penelitian ini menggunakan model 4D *Define, Design, Develop, Disseminate* yang dikembangkan oleh Thiagarajan, Semmel dan Semmel (1974). Model ini dipilih karena bersifat sistematis dan sesuai untuk pengembangan produk pembelajaran. Penelitian ini dilaksanakan sampai tahap Disseminate dalam bentuk uji coba terbatas, hal ini dikarenakan fokus utama penelitian adalah pada validasi dan kelayakan produk, bukan pada efektivitas skala luas. Aspek pengukurannya meliputi proses pengembangan bahan ajar serta tingkat kelayakan produk yang dinilai melalui validasi ahli materi, validasi ahli media, ahli bahasa dan respons peserta didik pada uji coba terbatas.

1.7.2 Keterbatasan Pengembangan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, yaitu sebagai berikut.

1. Keterbatasan konteks penerapan. Pengembangan bahan ajar digital interaktif ini dilakukan di lingkungan madrasah yang memiliki karakteristik santri dengan pemahaman digital yang masih terbatas, sehingga bahan ajar dirancang agar tidak terlalu kompleks secara teknologi, namun tetap menarik dan komunikatif.

2. Keterbatasan media. Produk ini dikembangkan menggunakan platform *Canva* dengan fitur interaktif yang mengandalkan tautan dan tombol navigasi. Oleh karena itu, fungsi interaktif nya bersifat semi interaktif, bukan berbasis aplikasi otomatis seperti e-learning berbasis coding.
 3. Keterbatasan pengujian. Uji coba produk hanya dilakukan secara terbatas pada satu lembaga pendidikan yaitu MTs Al Hayatul Islamiyah, sehingga hasil validasi dan respon pengguna belum dapat digeneralisasikan ke madrasah lain dengan kondisi yang berbeda.
 4. Keterbatasan waktu dan sumber daya. Proses pengembangan dan uji kelayakan dilakukan dalam jangka waktu yang terbatas selama kegiatan penelitian berlangsung. sehingga tahap disseminate belum dapat dilaksanakan secara menyeluruh
- Meskipun memiliki keterbatasan, produk bahan ajar digital interaktif ini diharapkan dapat menjadi inovasi pembelajaran bahasa Indonesia yang adaptif, sederhana dan adaptif terhadap kebutuhan peserta didik madrasah di era digital. Hasil pengembangan ini juga dapat dijadikan dasar bagi penelitian lebih lanjut untuk mengembangkan fitur interaktif berbasis sistem daring yang lebih luas.

1.8 Definisi Istilah

Untuk menegaskan kembali istilah yang sudah dipaparkan serta guna menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran maka didefinisikan ulang sebagai berikut:

1.8.1 Pengembangan

Pengembangan dalam penelitian ini memiliki pengertian sebagai suatu proses sistematis yang merancang, dan menilai suatu produk pembelajaran.

Pengembangan ini menggunakan model 4D (*Define, Design, Develop, Disseminate*) yang memiliki tujuan untuk menghasilkan sebuah produk bahan ajar yang nyata, praktis, dan layak digunakan dalam pembelajaran bahasa Indonesia.

1.8.2. Bahan Ajar Digital Interaktif

Bahan ajar digital interaktif adalah seperangkat materi pembelajaran yang disajikan dalam format digital, dapat diakses melalui perangkat komputer atau gawai, dan memungkinkan pengguna berinteraksi secara langsung dengan konten melalui fitur navigasi, tautan (*hyperlink*), video, latihan mandiri, refleksi, maupun kuis digital. Dalam penelitian ini, bahan ajar digital interaktif dikembangkan menggunakan platform *Canva* dengan integrasi tautan eksternal menuju aktivitas interaktif seperti Kahoot, Quizizz, dan Wordwall, sehingga pembelajaran lebih menarik dan partisipatif.

1.8.3. Teks Iklan

Teks iklan merupakan salah satu jenis teks persuasif yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi pembaca maupun pendengar agar tertarik pada suatu produk atau jasa. Dalam konteks pembelajaran, teks iklan tidak hanya mencakup unsur verbal (bahasa) tetapi juga unsur visual dan kreativitas pesan. Pemilihan materi teks iklan dalam penelitian ini didasarkan pada fakta bahwa teks iklan telah mencakup elemen poster dan slogan, sehingga lebih representatif untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis, kreatif, dan komunikatif siswa.

1.8.4. Model 4D (*Define, Design, Develop, Disseminate*)

Model pengembangan 4D yang dikemukakan oleh Thiagarajan, Semmel, dan Semmel (1974) merupakan model yang terdiri dari empat tahapan, yaitu pendefinisian (*Define*) untuk menganalisis kebutuhan pembelajaran, perancangan

(*Design*) untuk menyusun rancangan produk, pengembangan (*Develop*) untuk memproduksi dan memvalidasi produk, serta penyebaran (*Disseminate*) untuk mendiseminasikan hasil pengembangan. Dalam penelitian ini, proses pengembangan dilakukan sampai pada tahap *develop* yang menghasilkan produk tervalidasi, diikuti dengan uji coba terbatas untuk menguji respon pengguna awal.

1.8.5. Peserta Didik Kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah

Peserta didik kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah adalah peserta didik tingkat madrasah tsanawiyah yang menjadi subjek penelitian ini. Sebagian besar peserta didik merupakan santri dengan pemahaman teknologi yang masih terbatas, namun memiliki semangat belajar yang tinggi. Oleh karena itu, produk bahan ajar digital interaktif dirancang agar tetap sederhana, menarik, dan mudah diakses baik secara digital maupun versi cetak.

1.8.6. Kelayakan Produk

Kelayakan produk dalam konteks penelitian pengembangan ini mencakup sejauh mana produk bahan ajar digital interaktif dinilai valid, praktis, dan efektif berdasarkan hasil validasi ahli media, ahli materi, ahli bahasa serta respon siswa. Kelayakan juga mencakup kesesuaian isi, tampilan visual, interaktivitas, dan keterpaduan dengan tujuan pembelajaran bahasa Indonesia.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah pertama mengenai hasil analisis kebutuhan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan bahan ajar digital interaktif pada pembelajaran teks iklan di MTs Al Hayatul Islamiyah didasarkan pada kebutuhan nyata di lapangan. Hasil analisis kebutuhan yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada peserta didik menunjukkan bahwa pembelajaran bahasa Indonesia, khususnya teks iklan, memerlukan bahan ajar yang variatif, kontekstual, dan mampu mendorong keterlibatan aktif peserta didik. Karakteristik peserta didik yang beragam serta keterbatasan pemanfaatan teknologi di lingkungan madrasah menjadi pertimbangan utama dalam merancang bahan ajar yang sederhana, mudah digunakan, namun tetap merancang bahan ajar yang sederhana, mudah digunakan, namun tetap interaktif. Oleh karena itu, pengembangan bahan ajar digital interaktif dipandang relevan sebagai solusi untuk mendukung proses pembelajaran yang lebih menarik dan adaptif terhadap kondisi peserta didik.

Menjawab rumusan masalah kedua terkait proses pengembangan, bahan ajar digital interaktif teks iklan dikembangkan melalui tahap yang sistematis dengan mengacu pada model pengembangan 4D, yaitu *define, design, develop dan disseminate*. Pada tahap *define* dilakukan analisis kurikulum, karakteristik peserta didik, serta kebutuhan pembelajaran. Tahap *design* menghasilkan rancangan bahan ajar yang memadukan materi teks iklan dengan menghasilkan rancangan bahan ajar yang memadukan materi teks iklan dengan unsur poster dan slogan,

dilengkapi dengan fitur interaktif seperti *hyperlink*, narasi audio digital, serta integrasi kuis daring. Selanjutnya, pada tahap develop dilakukan validasi dan revisi produk berdasarkan masukan para ahli, sedangkan tahap disseminate dilaksanakan dalam bentuk uji coba terbatas kepada peserta didik. Proses pengembangan tersebut menghasilkan bahan ajar yang tersusun secara sistematis, komunikatif, dan sesuai dengan capaian pembelajaran bahasa Indonesia fase d.

Berkaitan dengan rumusan masalah ketiga mengenai tingkat kelayakan, hasil validasi oleh ahli materi, ahli bahasa dan ahli media menunjukkan bahwa bahan ajar digital interaktif yang dikembangkan berada pada kategori sangat layak untuk digunakan dalam pembelajaran. Selain itu, respon peserta didik terhadap penggunaan bahan ajar juga menunjukkan hasil yang sangat positif, baik dari aspek ketertarikan, motivasi, maupun keaktifan selama pembelajaran berlangsung. Dengan demikian, bahan ajar digital interaktif teks iklan yang dikembangkan tidak hanya layak secara teoritis berdasarkan penilaian para ahli, tetapi juga layak secara empiris berdasarkan pengalaman belajar peserta didik di MTs Al Hayatul Islamiyah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan bahan ajar digital interaktif teks iklan yang telah dilakukan, beberapa saran dapat disampaikan sebagai berikut.

5.2.1 Bagi Guru

Guru bahasa Indonesia disarankan untuk memanfaatkan bahan ajar digital interaktif sebagai alternatif sumber belajar dalam pembelajaran teks iklan.

Penggunaan bahan ajar ini diharapkan dapat membantu guru menciptakan pembelajaran yang lebih variatif, menarik, dan mendorong keaktifan peserta didik, khususnya dalam kegiatan menulis dan menganalisis teks iklan.

5.2.2 Bagi Peserta Didik

Peserta didik diharapkan dapat menggunakan bahan ajar digital interaktif ini secara optimal, baik dalam kegiatan pembelajaran di kelas maupun secara mandiri. Melalui bahan ajar, peserta didik diharapkan mampu meningkatkan pemahaman terhadap teks iklan serta mengembangkan kreativitas dan keterampilan berbahasa.

5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, terutama pada pelaksanaan uji coba yang dilakukan dalam skala terbatas. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan uji coba dalam skala yang lebih luas serta mengembangkan bahan ajar digital interaktif pada materi lain dalam pembelajaran bahasa Indonesia, sehingga dapat diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Abdul Chaer. (2006). *Tata Bahasa Praktis Bahasa Indonesia Edisi Revisi* (2nd ed.). Bhratara Karya Aksara.
- Abdul, M. (2013). Perencanaan Pembelajaran Mengembangkan Standar Kompetensi Guru Cet. II. In *Bandung: Rosdakarya*.
- Akbar, S. (2013). Instrumen Perangkat Pembelajaran. In *Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset*.
- Arsyad, A. (2017). Media Pembelajaran. In Media Pembelajaran. In *Repository.Uinsu*.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=npLzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=media+pembelajaran&ots=Nr8w9uLXRR&sig=dO9nzuMdeU76Gwa7wE2-xLcBB7I%0Ahttps://books.google.co.id/books?id=VJtlDwAAQBAJ&prints ec=frontcover&hl=id&source=gbv_vpt_read
- Clif Mims Sharon E. Smaldino, D. L. L. (2010). Instructional technology and media for learning. In *Revista mexicana de investigación educativa* (Vol. 15, Issue 44).
- Daryanto. (2010). *Media Pembelajaran Peranannya Sangat Penting Dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran*.
- Daryanto. (2016). Media pembelajaran : peranannya sangat penting dalam mencapai tujuan pembelajaran / penulis, Daryanto | OPAC Perpustakaan Nasional RI. In *Yogyakarta ; Gava Media*.
- Daryanto, S. K. (2017). *Pembelajaran Abad 21. Pembelajaran Abad 21* Yogyakarta, 276.
- Dewayani, S., Subarma, E. R., & Setyowati, C. E. (2023). *Panduan Guru BAHASA INDONESIA SMP/ MTSK Kelas VII*. <https://buku.kemdikbud.go.id>
- Hidayah, F. N. A., Wahyuni, S., & ... (2024). Peningkatan Keterampilan Menulis Puisi Menggunakan Media Mind Mapping pada Siswa Kelas VIII SMP Pesantren Nurul Falah Desa Dampit Kabupaten Malang. *Jurnal Penelitian*
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jp3/article/view/25182%0Ahttps://jim.unisma.ac.id/index.php/jp3/article/download/25182/18987>
- Hosnan, M. (2014). Pendekatan saintifik dan kontekstual dalam pembelajaran abad 21 : kunci sukses implementasi kurikulum 2013 | Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta. In *Ghalia Indonesia*. Ghalia Indonesia.
http://lib.unj.ac.id/buku/index.php?p=show_detail&id=39354&keywords=
- Humaroh, S. (2024). Penggunaan Poster Digital Kesehatan Dalam Pembelajaran Menulis Slogan Siswa Kelas VIII SMPN 264 Jakarta. *Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 15(1), 37–48.

- Lawhon, D. (1976). Instructional development for training teachers of exceptional children: A sourcebook. *Journal of School Psychology*, 14(1), 75.
[https://doi.org/10.1016/0022-4405\(76\)90066-2](https://doi.org/10.1016/0022-4405(76)90066-2)
- Masnur Muslich. (2010). *Bahasa Indonesia Pada Era Globalisasi* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Mayer, R. E. (2002). Multimedia learning. In *Psychology of Learning and Motivation - Advances in Research and Theory* (Vol. 41).
[https://doi.org/10.1016/s0079-7421\(02\)80005-6](https://doi.org/10.1016/s0079-7421(02)80005-6)
- Mayer, R. E. (2024). The Past, Present, and Future of the Cognitive Theory of Multimedia Learning. *Educational Psychology Review*, 36(1), 1–25.
<https://doi.org/10.1007/s10648-023-09842-1>
- Munir. (2017). Pembelajaran Digital. In *Jurnal Refleksi Kepemimpinan* (Vol. 3, Issue 1).
http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=bth&AN=92948285&site=eds-live&scope=site%0Ahttp://bimpactassessment.net/sites/all/themes/bcorp_impact/pdfs/em_stakeholder_engagement.pdf%0Ahttps://www.glo-bus.com/help/helpFiles/CDJ-Pa
- Murniatie, I. U., & Busri, H. (2021). Pengembangan Bahan Ajar Terampil Menulis Berbasis Project Based Learning Mahasiswa PBSI Universitas Islam Malang. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 7(4), 33.
<https://doi.org/10.32884/ideas.v7i4.482>
- Prastowo, A. (2014). *Pengembangan Bahan Ajar Tematik dan Praktik*. Kencana Prenada Media Group.
- Prastowo, A. (2015). *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Bahasa Indonesia*.
- Rosa, D., Suastra, I. W., & Sariyasa. (2023). Media Pembelajaran Interaktif untuk Meningkatkan Keterampilan Membaca Permulaan pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia untuk Siswa Kelas I Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, 7(3), 443–450.
<https://doi.org/10.23887/jipp.v7i3.60119>
- Rusman. (2018). *Model-model Pembelajaran*.
- Sarif, S., & Ansar, H. K. (2024). Melalui Penerapan Media Canva Siswa Kelas Viii Smp Negeri 2 Sungguminasa. *Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 10(4), 2614–7222.
- Setiyowati, I. P., Dyah Werdiningsih, H., Pd, M., Wicaksono, H., & Pd, S. (2025). Penggunaan Media Poster Dalam Pembelajaran BIPA Level 1 Pada Siswa Eakapapsasanawich School Thailand. *Jurnal Penelitian, Pendidikan, Dan Pembelajaran*, 20(9).
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jp3/article/view/27814>

- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. In Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2021). Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3. In PT. Bumi Aksara (Ketiga). Sinar Grafika Offset.
<https://books.google.co.id/books?id=j5EmEAAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Tarigan Guntur Henri. (1983). *Berbicah Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. CV. ANGKASA.
- Triana Dewi, N., Kusmana, S., & Endang Mascita, D. (2022). The Development of Digital Teaching Materials in Learning Advertisement Texts, Slogans, and Posters in SMP/MTS. *International Journal of Secondary Education*, 10(2), 91. <https://doi.org/10.11648/j.ijsedu.20221002.15>
- Jannah, N. 2025. Pengembangan Buku Pengayaan Interaktif Materi Teks Iklan, Slogan, Dan Poster Untuk Peserta Didik SMP/Mts Kelas VIII. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sinaga, B. R. M. 2022. Pengembangan Media Poster Digital Dalam Pembelajaran Keterampilan Menulis Puisi Peserta Didik SMP Kelas VIII. *Jurnal Media Pendidikan*, 9(3), 89–98.
- Borg, W. R., & Gall, M. D. 2003. *Educational research: An introduction* (7th ed.). Boston, MA: Allyn and Bacon.