



Sambhasana: Seminar Nasional Bahasa, Sastra dan Pengajarannya

Volume 05

Agustus 2026

E-ISSN: 3026-7528

Page: 225-228

<https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/Shambhasana>

Pembelajaran Menulis Teks Persuasif Melalui Media Kartu Gambar Iklan *Shopee* di SMAN 1 Jiwan Kabupaten Madiun

Della Aulia Meisari^{1*}, Muhammad Binur Huda², Ermi Adriani Meikayanti³

^{1,2,3} Universitas PGRI Madiun, Indonesia

*Corresponding Author: dellaauliameisari@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian pembelajaran menulis teks persuasif dengan media kartu gambar iklan *Shopee* pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Jiwan. Kemampuan menulis teks persuasif siswa masih tergolong rendah karena kesulitan menyusun ide, argumen, dan bahasa yang meyakinkan, sementara media pembelajaran yang digunakan guru belum kontekstual dengan kehidupan siswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan sumber data berupa guru dan siswa kelas XI B yang berjumlah 33 orang. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan model interaktif meliputi reduksi, penyajian, dan penarikan simpulan, serta diuji keabsahannya melalui triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap perencanaan, guru menyusun modul ajar berbasis model *Problem Based Learning* secara sistematis; pada tahap pelaksanaan, kartu gambar iklan *Shopee* digunakan sebagai stimulus visual yang mendorong siswa mengamati, menganalisis, dan menulis teks persuasif secara mandiri; dan pada tahap penilaian, guru menerapkan asesmen diagnostik, formatif, dan sumatif dengan rubrik yang mencakup isi, struktur, kebahasaan, argumentasi, dan mekanik. Media ini terbukti membantu siswa menemukan ide, meningkatkan keaktifan, dan mempermudah penyusunan teks persuasif sesuai tujuan pembelajaran.

Kata kunci: Pembelajaran, Teks Persuasif, Media Kartu Gambar, Iklan *Shopee*

PENDAHULUAN

Pembelajaran menulis di tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) umumnya masih dianggap sebagai salah satu keterampilan berbahasa yang sulit diajarkan maupun dipelajari. Kondisi ini juga ditemukan pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Jiwan, khususnya dalam menulis teks persuasif, yang terlihat dari kesulitan siswa menyusun ide secara terstruktur, mengatur argumen secara logis, serta memilih kalimat yang tepat untuk meyakinkan pembaca. Selain itu, metode pembelajaran yang masih konvensional membuat siswa kurang aktif dan kurang bersemangat dalam mengikuti kegiatan menulis. Keterampilan menulis teks persuasif tidak hanya menuntut penguasaan kaidah kebahasaan, tetapi juga kemampuan berpikir kritis dan logis dalam menyusun argumen yang mampu meyakinkan orang lain, sebagaimana ditegaskan oleh Meilan Rahmah Denny Lubis dkk. (2023) bahwa teks persuasif berperan penting dalam melatih siswa menyampaikan gagasan secara logis melalui argumen yang terorganisasi.

Salah satu penyebab rendahnya kemampuan menulis siswa adalah penggunaan media pembelajaran yang kurang variatif dan belum dikaitkan dengan konteks kehidupan sehari-hari siswa. Media pembelajaran yang lebih dekat dengan keseharian siswa diperlukan agar siswa memperoleh pengalaman belajar yang nyata sekaligus terdorong untuk berpikir kreatif. Kartu gambar berbasis iklan *Shopee* dipilih sebagai alternatif media karena memuat bahasa yang persuasif, mudah dipahami, dan akrab dengan pengalaman siswa dalam beraktivitas digital sehari-hari. Bahasa dalam iklan digital terbukti efektif memengaruhi audiens melalui strategi persuasi tertentu Lupitasari dkk.,

(2024), sehingga tangkapan layar iklan *Shopee* dapat dimanfaatkan sebagai stimulus visual yang membantu siswa mengenali masalah, menemukan ide, dan menyusun argumen dalam teks persuasif secara lebih terstruktur.

Penelitian mengenai pemanfaatan media visual untuk meningkatkan keterampilan menulis teks persuasif sebelumnya telah dilakukan, antara lain oleh Nomor dan Dewi (2025) yang menunjukkan bahwa media visual mampu membantu siswa menyusun teks persuasif secara lebih runtut. Namun, penelusuran yang dilakukan peneliti belum menemukan kajian serupa di SMA Negeri 1 Jiwan yang secara khusus mengkaji pembelajaran menulis teks persuasif dengan memanfaatkan analisis bahasa iklan digital marketplace, khususnya iklan *Shopee*, yang dipadukan dengan model *Problem Based Learning* (PBL) berbasis pendekatan Deep Learning sesuai Kurikulum Merdeka. Kesenjangan ini menjadi dasar perlunya penelitian mengenai penerapan media kartu gambar iklan *Shopee* dalam pembelajaran menulis teks persuasif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian pembelajaran menulis teks persuasif dengan media kartu gambar iklan *Shopee* pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Jiwan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan pembelajaran Bahasa Indonesia serta manfaat praktis berupa alternatif media dan strategi mengajar menulis teks persuasif yang lebih inovatif, kontekstual, dan sesuai dengan karakteristik siswa di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena bertujuan memahami, mendeskripsikan, dan menganalisis secara mendalam proses pembelajaran menulis teks persuasif serta hasil tulisan siswa, bukan menguji hipotesis secara statistik (Sugiyono, 2019). Penelitian dilaksanakan di SMA Negeri 1 Jiwan, Kabupaten Madiun, pada bulan Maret sampai Juni 2026. Subjek penelitian adalah guru mata pelajaran Bahasa Indonesia dan siswa kelas XI B yang berjumlah 33 orang. Sumber data terdiri atas data primer berupa aktivitas pembelajaran dan hasil tulisan teks persuasif siswa, serta data sekunder berupa modul ajar, lembar kerja, dan dokumentasi kegiatan pembelajaran.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik, yaitu observasi partisipatif pasif untuk mengamati aktivitas guru dan siswa selama pembelajaran, wawancara semiterstruktur kepada guru dan siswa untuk menggali pengalaman dan kendala dalam pembelajaran, serta dokumentasi berupa modul ajar, hasil tulisan siswa, dan foto kegiatan pembelajaran. Instrumen penelitian meliputi lembar observasi guru dan siswa, pedoman wawancara, serta rubrik penilaian keterampilan menulis yang mencakup aspek isi, struktur, kebahasaan, argumentasi, dan mekanik penulisan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi teknik dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi pada sumber data yang sama.

Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data dengan memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian, penyajian data dalam bentuk uraian naratif dan tabel, serta penarikan simpulan dan verifikasi (Sugiyono, 2019). Prosedur penelitian dilaksanakan melalui tahap persiapan berupa penyusunan modul ajar dan instrumen penelitian, tahap pelaksanaan pembelajaran menulis teks persuasif menggunakan media kartu gambar iklan *Shopee*, tahap analisis data, hingga tahap penarikan simpulan mengenai perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian pembelajaran yang diteliti.

HASIL PENELITIAN

Pada tahap perencanaan, guru mata pelajaran Bahasa Indonesia menyusun modul ajar secara sistematis untuk pembelajaran menulis teks persuasif di kelas XI B yang berjumlah 33 siswa, dengan alokasi waktu 2 x 45 menit.

Modul ajar memuat identitas pembelajaran, capaian pembelajaran, tujuan pembelajaran, materi mengenai pengertian, struktur, dan kaidah kebahasaan teks persuasif, model *Problem Based Learning* (PBL) dengan pendekatan Deep Learning, media kartu gambar iklan *Shopee*, serta instrumen penilaian berupa asesmen diagnostik, formatif, dan sumatif. Sebelum pembelajaran, guru terlebih dahulu melakukan asesmen diagnostik yang menunjukkan bahwa sebagian siswa masih mengalami kesulitan mengembangkan ide dan menyusun argumen, sehingga media kartu gambar iklan *Shopee* dipilih sebagai stimulus visual yang konkret dan dekat dengan keseharian siswa.

Pada tahap pelaksanaan yang berlangsung pada 12 Mei 2026, guru menerapkan pembelajaran sesuai modul ajar melalui tahapan pendahuluan, inti, dan penutup. Pada kegiatan inti, guru menjelaskan materi teks persuasif, menyampaikan permasalahan berbasis kartu gambar iklan *Shopee*, serta membimbing siswa mengamati, mengidentifikasi fakta, opini, dan unsur persuasi pada iklan sebagai dasar penulisan. Siswa kemudian menulis teks persuasif secara individu, mempresentasikan hasil tulisannya, dan memperoleh penguatan dari guru. Hasil observasi menunjukkan siswa cukup aktif bertanya, menjawab, dan berdiskusi, meskipun sebagian masih memerlukan bimbingan dalam mengembangkan argumen serta masih ditemukan kesalahan ejaan dan tanda baca pada tulisan siswa.

Pada tahap penilaian, guru melaksanakan asesmen diagnostik untuk mengukur kemampuan awal siswa, asesmen formatif melalui pengamatan keaktifan dan proses penyusunan teks, serta asesmen sumatif berdasarkan hasil akhir tulisan siswa. Penilaian menggunakan rubrik yang mencakup aspek isi, struktur, kebahasaan, argumentasi, dan mekanik penulisan, dengan teknik observasi, penugasan, dan penilaian produk. Guru juga memberikan umpan balik terhadap hasil tulisan siswa sebagai bahan perbaikan kemampuan menulis teks persuasif pada pembelajaran selanjutnya.

PEMBAHASAN

Temuan pada tahap perencanaan menunjukkan bahwa modul ajar yang disusun guru telah memuat identitas pembelajaran, tujuan, materi, model, media, dan penilaian secara lengkap. Hal ini sejalan dengan pendapat Usman (2024) bahwa perencanaan pembelajaran yang baik disusun secara sistematis dengan memahami kemampuan awal siswa, menetapkan tujuan pembelajaran, menentukan materi, memilih media, serta menyusun strategi dan penilaian. Pemilihan media kartu gambar iklan *Shopee* sebagai stimulus visual sesuai dengan temuan Lupitasari dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa bahasa iklan digital efektif memengaruhi audiens melalui strategi persuasi, sehingga media ini relevan digunakan untuk melatih siswa mengidentifikasi unsur ajakan, fakta, dan opini sebelum menulis teks persuasif.

Pada tahap pelaksanaan, penerapan model *Problem Based Learning* dengan pendekatan Deep Learning mendorong siswa untuk aktif mengamati, menganalisis, dan menyusun argumen berdasarkan kartu gambar iklan *Shopee*. Kondisi ini memperkuat hasil penelitian Meilan Rahmah Denny Lubis dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa model *Problem Based Learning* dapat meningkatkan keterampilan menulis teks persuasif siswa karena mendorong keterlibatan aktif dalam memecahkan masalah dan menyusun argumen secara logis. Meskipun demikian, masih ditemukan siswa yang memerlukan bimbingan lebih dalam mengembangkan argumen serta melakukan kesalahan ejaan dan tanda baca, yang menunjukkan bahwa penguasaan aspek mekanik penulisan masih perlu penguatan lebih lanjut melalui latihan menulis yang berkelanjutan.

Pada tahap penilaian, penerapan asesmen diagnostik, formatif, dan sumatif yang disertai rubrik penilaian mencerminkan penilaian autentik yang tidak hanya menilai produk akhir, tetapi juga proses belajar siswa. Hal ini

sejalan dengan temuan Dewi (2025) bahwa penggunaan media visual dalam pembelajaran menulis teks persuasif perlu diimbangi dengan instrumen penilaian yang mencakup aspek isi, struktur, kebahasaan, dan argumentasi agar perkembangan keterampilan siswa dapat terukur secara menyeluruh. Dengan demikian, penggunaan media kartu gambar iklan *Shopee* yang dipadukan dengan model *Problem Based Learning* dan sistem penilaian berjenjang terbukti membantu siswa menemukan ide, meningkatkan keaktifan, dan mempermudah penyusunan teks persuasif sesuai tujuan pembelajaran yang ditetapkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pembelajaran menulis teks persuasif dengan media kartu gambar iklan *Shopee* pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Jiwan telah dilaksanakan dengan baik. Tahap perencanaan disusun melalui modul ajar yang sistematis berbasis model *Problem Based Learning*; tahap pelaksanaan menerapkan model tersebut dengan kartu gambar iklan *Shopee* sebagai stimulus visual yang mendorong siswa mengamati, menganalisis, dan menulis teks persuasif secara mandiri; dan tahap penilaian dilakukan secara berjenjang melalui asesmen diagnostik, formatif, dan sumatif dengan rubrik yang mencakup isi, struktur, kebahasaan, argumentasi, dan mekanik penulisan. Media ini terbukti membantu siswa menemukan ide, menyusun argumen secara lebih logis, dan meningkatkan keaktifan belajar.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, yaitu cakupan subjek yang hanya melibatkan satu kelas dalam satu kali pertemuan pembelajaran, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Bagi guru, disarankan untuk terus mengembangkan media pembelajaran yang inovatif dan kontekstual agar pembelajaran menulis semakin menarik. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji penggunaan media digital interaktif atau platform pemasaran digital lain dengan cakupan subjek yang lebih luas guna memperkuat generalisasi temuan mengenai efektivitas media berbasis iklan digital dalam pembelajaran menulis teks persuasif.

DAFTAR PUSTAKA

- Lupitasari, E., Budiarto, C. L., Ramadhani, N. P., Sari, D. N., & Arum, D. P. (2024). Strategi Toko Online pada Platform *Shopee* dalam Menarik Minat Konsumen Melalui Penggunaan Kalimat Persuasif. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(2), 12. <https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i2.2343>
- Meilan Rahmah Denny Lubis, Yusni Khairul Amri, & Rizal Manurung. (2023). Peningkatan Keterampilan Menulis Teks Persuasif Melalui Model Pembelajaran Problem-Based Learning pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 11 Medan. *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 1(3), 118–126. <https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v1i3.321>
- Nomor, V., & Dewi, A. C. (2025). Media Visual sebagai Sarana Meningkatkan Keterampilan Menulis Teks Persuasif. 1, 93–103.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tumurang, M. (2024). *Metodologi Penelitian*. www.mediapustakaindo.com
- Usman, A. (2024). *Perencanaan dan Desain Pembelajaran: Kunci Inovasi dan Kolaborasi Pendidik*.
- Warliati, A. E., & Khalim, A. (2024). Peran Digitalisasi Proses Pembelajaran Bahasa Inggris melalui Media Canva dalam Pembuatan Poster Persuasif. *Jurnal Basicedu*, 8(4), 2978–2986. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v8i4.8291>