

EFEKTIVITAS MODEL *DISCOVERY LEARNING* BERBANTUAN MEDIA CANVA DALAM MENINGKATKAN KETERAMPILAN MENULIS IKLAN PADA SISWA KELAS VIII

Sindi Sopi¹, Teti Sobari², Via Nugraha³

¹⁻³IKIP Siliwangi

¹sndsopi¹@gmail.com, ²TetiSobari@ikipsiliwangi.ac.id, ³vianugraha@ikipsiliwangi.ac.id

Abstract

This article explains the results of the study of the use of the *Discovery Learning* model assisted by Canva. This study was motivated by low ability to write advertising texts in grade VIII students. This is due to the difficulty in finding ideas, the lack student interest in learning advertising texts. The use of technology is rarely used in the learning process, because it requires renewal in the media used is not innovative, making learning outcomes less than optimal. The purpose of this study was to determine the use of the *Discovery Learning* model assisted by Canva on the ability to write advertising texts in grade VIII students. The study used a quantitative approach and a joint testing method with a one-group pretest-posttest design. The findings of the study indicated that the average pretest score was 62, in contrast to the posttest score of 85.6. The findings of the study showed that the value of *t* was below 0.05, which was at the H_a acceptance level ($0,000 < 0,05$). Therefore, H_a was accepted and H_o was rejected. According to the N-Gain test, the score obtained was 0.5247, which was in the moderate category. Thus, the *Discovery Learning* model assisted by Canva is considered effective in increasing the level of learning outcomes in writing advertising texts.

Keywords: *Discovery Learning*, Canva, Advertising Text

Abstrak

Artikel ini mendeskripsikan hasil penelitian penggunaan model *Discovery Learning* berbantuan media Canva. Penelitian ini dilatar belakangi oleh rendahnya kemampuan menulis teks iklan pada siswa kelas VIII. Hal ini dikarenakan kesulitan dalam menemukan ide, kurangnya minat peserta didik terhadap pembelajaran teks iklan. Penggunaan teknologi jarang digunakan dalam proses pembelajaran, berdasarkan hal demikian perlu adanya pembaharuan dalam media yang digunakan tidak inovatif, membuat hasil belajar kurang optimal. Untuk mengetahui penggunaan model *Discovery Learning* berbantuan canva terhadap keterampilan menulis teks iklan pada siswa kelas VIII. Studi yang dilakukan mempergunakan pendekatan kuantitatif dan metode pengujian bersama desain one-group pretest-posttest. Temuan dari Studi yang dilakukan mengindikasikan jika nilai rata-rata skor pretest yaitu 62, lain halnya dengan besarnya posttest yaitu 85,6. Temuan dari Studi yang dilakukan mengindikasikan bahwa nilai *t* adalah di bawah 0,05, yang berada dalam tingkatan penerimaan H_a ($0,000 < 0,05$). Oleh karena itu, H_a diterima dan H_o ditolak. Menurut pada uji N-Gain, skor yang didapatkan yaitu 0,5247, yang masuk pada kategori sedang. Dengan demikian, model *Discovery Learning* berbantuan canva dinilai efektif untuk menambah tingkat hasil belajar dalam menulis teks iklan.

Kata kunci: *Discovery Learning*, Canva, Teks Iklan

PENDAHULUAN

Mengajar adalah tugas yang sulit. Guru harus mempertimbangkan berbagai elemen termasuk model, teknik, media, dan taktik pembelajaran. Untuk mencapai proses pembelajaran yang diterapkan, elemen-elemen ini sangat penting. Meningkatkan kemampuan menulis merupakan salah satu keterampilan yang sejalan dengan tujuan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia. Keterampilan menulis, menurut Hatmo (2021), merupakan usaha manusia yang dilakukan secara sengaja dan sadar untuk menyampaikan gagasan, pikiran, atau pengalamannya melalui tulisan yang disusun secara metodis dengan menggunakan kalimat-kalimat yang logis, sehingga dapat dipahami oleh orang lain sesuai dengan maksud penulisnya. Ketepatan bahasa, kosakata, dan penggunaan tata bahasa dan ejaan harus digunakan untuk meningkatkan keakuratan pemikiran yang diungkapkan dalam tulisan. Kurangnya pemahaman menyebabkan kegagalan dan kebingungan dalam mengungkapkan ide-ide yang tidak dapat dikembangkan siswa, dan menerima permasalahan dari ide-ide yang ada. Sementara beberapa siswa mahir dalam menulis iklan ada juga siswa yang tidak terampil dalam menulis teks iklan, yang lain terus berjuang dengan keterampilan ini. Kemampuan menulis siswa yang buruk memperburuk kondisi ini. Menurut Purbania, Rohmadi, dan Setiawan (2020), sudut pandang ini didukung. Tanpa memperhatikan ejaan, penggunaan huruf besar, dan struktur kalimat, siswa masih kesulitan untuk menulis apa yang harus ditulis dan tidak yakin harus memulai dari mana.

Materi tingkat SMP/MT Kelas VIII seperti materi iklan, slogan dan poster digunakan dalam penelitian ini. Menyajikan ide, pesan, ajakan, baik secara lisan maupun tertulis, dalam bentuk iklan, slogan, atau poster. Oleh karena itu, diperlukan keterampilan dari siswa. Menurut Lubis (2018), daya cipta siswa dalam membuat poster, slogan, dan iklan masih cukup rendah. Dengan melihat hasil karya siswa, peneliti menemukan hal ini. Guru biasanya hanya menyediakan kertas untuk digunakan murid-muridnya dalam mengerjakan tugas. Akibatnya, anak-anak membutuhkan berbagai alat dan perlengkapan, termasuk pensil warna dan dekorasi lain yang mencerminkan daya cipta mereka sendiri. Para siswa merasa hal ini cukup menantang karena mereka tidak dapat menghasilkan karya terbaik mereka jika tidak membawa peralatan dan perlengkapan yang diperlukan. Desain iklan yang dibuat oleh para siswa tampak tidak berwarna. Siswa yang tidak dapat menggambar juga akan tampil di bawah tingkat penyelesaian yang diharapkan. Salah satu model pembelajaran yang dapat diterapkan untuk mengatasi masalah ini adalah paradigma *Discovery Learning*, yang disediakan oleh penelitian ini. *Discovery Learning* memberikan penekanan kuat pada proses pendidikan yang melibatkan siswa secara aktif dalam menemukan informasi atau ide baru. Teknik ini mendorong siswa

untuk memecahkan masalah yang diberikan guru secara kritis, kreatif, dan mandiri. Selain itu, penggunaan sumber belajar yang tepat dapat membantu memastikan bahwa *Discovery Learning* dapat diimplementasikan dengan baik.

Suwiti (2022) menyebutkan beberapa manfaat dari model *Discovery Learning* sebagai berikut: 1) hasil belajar yang lebih baik; 2) peningkatan keterlibatan dan aktivitas siswa; 3) peningkatan pemahaman konsep; 4) peningkatan respons siswa terhadap materi pembelajaran; dan 5) pengembangan keterampilan secara aktif dan berkelanjutan. Namun, penerapan *Discovery Learning* juga memiliki beberapa kekurangan. Salah satunya adalah memerlukan waktu yang lebih lama dibandingkan metode pembelajaran lainnya karena siswa perlu melalui proses eksplorasi dan penemuan secara mandiri. Menurut Suryani (2020), kelemahan dari *Discovery Learning* adalah keterbatasan waktu dan kesiapan siswa dalam memahami materi secara mandiri, sehingga perlu pengawasan dan bimbingan yang intensif dari guru. Selain itu, tidak semua siswa memiliki kemampuan belajar mandiri yang memadai, sehingga ada kemungkinan terjadi kesenjangan dalam pencapaian hasil belajar.

Pengelola pembelajaran yang kreatif akan meningkatkan motivasi siswa untuk belajar dan memastikan bahwa pembelajaran tidak pernah berhenti berubah (Fitriyani, Supriatna, dan Sari, 2021). Kemampuan belajar siswa akan meningkat jika mereka terbiasa belajar sambil bersenang-senang. Oleh karena itu, peneliti memberikan rangkuman tentang Canva, salah satu alat yang dapat membantu siswa menjadi lebih mahir (Irkhamni, Izza, Salsabila & Hidayah, 2021). Canva merupakan alat yang mudah digunakan oleh siswa. Menurut Alfian dkk. (2022), mahasiswa yang menggunakan Canva harus kreatif untuk menyelesaikan desain yang ingin mereka kerjakan. Siswa hanya perlu mengunduh aplikasi Canva ke perangkat mereka atau menggunakan web browser di laptop atau komputer untuk mengaksesnya. Karena mahasiswa sering menggunakan gadget, salah satu aplikasi yang cocok untuk mereka adalah Canva (Happsari & Zulherman, 2021). (Isnaini, Sulistiyani & Putri, 2021).

Ada banyak manfaat menggunakan perangkat lunak Canva ini. Di antaranya adalah fakta bahwa perangkat lunak ini membantu siswa belajar dan membuat pembelajaran mereka lebih menarik dan kreatif. Belajar berpikir kritis, menciptakan lingkungan belajar yang menarik, dan membuat bahan ajar yang menarik yang diharapkan dapat meningkatkan kemampuan menulis siswa-khususnya saat membuat iklan-adalah keuntungan lebih lanjut dari mengintegrasikan aplikasi Canva ke dalam proses pendidikan. Ada beberapa kekurangan dari alat Canva ini juga.

Garris Pelangi (2020, hlm. 88) mencantumkan beberapa kekurangan dari perangkat lunak Canva, yaitu: 1) Koneksi internet yang kuat diperlukan untuk menggunakan aplikasi Canva. Tanpa koneksi internet, aplikasi Canva tidak dapat digunakan untuk memproses atau membuat desain di laptop atau smartphone. 2) Aplikasi Canva menawarkan template gratis dan premium. Namun, tidak masalah karena aplikasi Canva menawarkan banyak sekali template yang menarik dan bebas biaya yang dapat digunakan untuk membuat materi pendidikan. Untuk menghasilkan materi pendidikan yang menarik, pengguna aplikasi Canva harus sangat kreatif. Publik dapat dijangkau dengan pesan melalui iklan. Menurut Kotler dan Armstrong (2017, h. 452), iklan adalah jenis promosi yang disponsori tentang konsep, produk, atau jasa yang disajikan secara tidak langsung. Menurut Tjiptono dalam Minati (2017), iklan adalah jenis komunikasi yang menggunakan fakta-fakta tentang manfaat suatu produk untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Iklan adalah jenis komunikasi berbayar dan dimediasi dari sumber yang dapat dikenali yang bertujuan untuk mempengaruhi penerima untuk melakukan tindakan tertentu, baik sekarang atau di masa depan, menurut Andrews dan Shimp (2018, h. 182). Menurut sudut pandang para ahli di atas, iklan adalah jenis komunikasi impersonal yang digunakan untuk memasarkan produk atau layanan untuk menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Nadliroh dan Ripai (2023). meneliti tentang Penggunaan Media Canva untuk Meningkatkan Kreativitas dalam Membuat Poster, Slogan, dan Iklan pada Siswa Kelas VIII A SMP N 36 Semarang. Perhatian utama dari penelitian ini adalah bagaimana membantu orang untuk menyadari potensi kreatif mereka sendiri. Salah satu masalah yang muncul di bidang pendidikan adalah masalah ini, yang semakin lama semakin parah. Oleh karena itu, guru harus mengambil tindakan untuk mengatasi masalah ini. Siswa yang belajar bahasa Indonesia di kelas VIII dihadapkan pada poster, slogan, dan teks iklan. Penelitian ini dilakukan karena banyak siswa yang masih kesulitan untuk mengartikulasikan pandangan mereka secara kreatif ketika mempresentasikan teks iklan, slogan, dan poster. Untuk menjadi lebih kreatif dan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang, peneliti mencoba membujuk siswa untuk menggunakan perangkat lunak Canva sambil menunjukkan poster, slogan, dan iklan. Untuk meningkatkan hal tersebut, penelitian tindakan kolaboratif di kelas (kolaborasi PTK) adalah metodologi penelitian yang digunakan. Menurut Nurhidayah, Wibowo, dan Astra (2021), tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pembelajaran dengan media Canva menggunakan model project-based learning (PjBL) berbasis Canva (variabel bebas)

yang disimbolkan dengan X dapat menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam membaca dan menulis kreatif teks iklan, slogan, dan poster (variabel terikat). Berdasarkan hasil penelitian, hanya 14 siswa atau 43,7% siswa yang mencapai nilai di atas KKM, hal ini mengindikasikan bahwa hasil kreativitas siswa dalam membuat iklan, slogan, dan poster dengan menggunakan media kertas masih kurang baik.

Penelitian ini menawarkan pendekatan baru untuk meningkatkan kemampuan menulis iklan siswa melalui penggunaan metodologi *Discovery Learning* berbasis Canva. Pendekatan ini memotivasi siswa untuk secara aktif berpartisipasi dalam proyek-proyek otentik yang menguji pemikiran kritis dan kreatif mereka. Dengan memanfaatkan situs web Canva, siswa dapat mengintegrasikan elemen visual dan teks secara lebih efektif, menghasilkan iklan yang menarik dan profesional. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan keterampilan menulis dalam penggunaan alat desain digital. Dalam mengeksplorasi efektivitas kombinasi model *Discovery Learning* dan Canva dalam menciptakan lingkungan belajar yang interaktif dalam keterampilan menulis teks iklan.

METODE

Implementasi metodologi *Discovery Learning*, dibantu dengan media Canva, untuk meningkatkan kemampuan menulis siswa kelas delapan dijelaskan dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiono (2018), penelitian kuantitatif memiliki permasalahan yang pasti dan kekinian serta menggunakan data numerikal dalam mendeskripsikan temuannya. Penelitian ini menggunakan desain penelitian eksperimen semu. Eksperimen semu, menurut Nazir dalam (Aulia, dkk., 2024), adalah penelitian yang sebanding atau mendekati eksperimen sungguhan, tetapi peneliti belum memiliki sifat-sifat eksperimen yang sebenarnya. Dengan desain penelitian desain *pretest-posttest* satu kelompok. Adapun instrumen penelitian yang digunakan berupa soal tes pretes dan postes yang dilakukan sebelum tindakan. Subjek penelitian sebanyak 30 siswa kelas VIII SMPN 1 Parongpong. Setelah memperoleh data penelitian, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penerapan model *Discovery Learning* dengan media Canva untuk meningkatkan keterampilan menulis teks iklan diketahui hasil temuan dari pretes dan postes yang diolah dengan perangkat lunak SPSS adalah sebagai berikut.

Statistics

		Pretest	Posttest
N	Valid	30	30
	Missing	0	0
Mean		70.60	85.60
Median		71.00	86.00
Mode		63 ^a	78 ^a
Minimum		62	77
Maximum		79	94

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Gambar 1. Nilai Pretes dan Postes

Terlihat dari gambar bahwa ada tiga puluh siswa. Nilai rata-rata untuk Pretest adalah 70,6. Nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut: nilai minimum 62, nilai tertinggi 79, median atau nilai tengah 71, dan modus atau nilai yang sering muncul 63. Sedangkan untuk posttest, nilai rata-rata adalah 85,6. Nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut: 86 adalah median atau nilai tengah, 78 adalah modus atau nilai yang sering muncul, 77 adalah nilai minimum, dan 94 adalah nilai maksimum. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa telah terjadi peningkatan berdasarkan hasil pretes dan postes. Informasi yang dikumpulkan dari hasil pretes dan posttest siswa kemudian dilakukan analisis kuantitatif tambahan dengan menggunakan SPSS dan uji-t sampel berpasangan, uji n-gain, dan uji normalitas. Tujuan dari tes ini adalah untuk mengetahui apakah siswa kelas VIII diajar untuk memproduksi teks iklan dengan menggunakan paradigma *Discovery Learning* dengan bantuan media Canva.

Selanjutnya, uji normalitas untuk menentukan apakah data penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dengan menggunakan *Uji Shapiro-Wilk*, dikarenakan sampel dalam penelitian ini kecil-kurang dari 50 sampel.

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pretest	.090	30	.200*	.960	30	.313
Posttest	.090	30	.200*	.960	30	.313

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 2 menunjukkan uji normalitas bahwa data terdistribusi secara teratur jika nilai p-value lebih besar dari 0,05 dan data tidak terdistribusi secara teratur jika nilai p-value

kurang dari 0,05. Kemudian Kolmogorov-Smirnov Test: Pretest p-value = 0.200* (lebih besar dari 0.05) artinya data berdistribusi normal dan Posttest p-value = 0.200* (lebih besar dari 0.05), artinya data berdistribusi normal. Dengan demikian hasil uji normalitas Shapiro-Wilk Test sebagai berikut data terdistribusi secara normal, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai p-value pretest sebesar 0,313 yang lebih besar dari 0,05. Data berdistribusi normal, yang ditunjukkan oleh nilai p-value posttest sebesar 0,313 yang lebih besar dari 0,05. Nilai p-value > 0,05 menunjukkan bahwa Pretes dan postesterdistribusi secara teratur sesuai dengan dua uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk).

Setelah melakukan perhitungan dan uji normalitas, maka selanjutnya dilakukan uji-t untuk sampel berpasangan. Hal ini dilakukan ketika membandingkan dua set data yang berhubungan-yaitu data sebelum (*Pretest*) dan data setelah (*Posttest*) suatu intervensi atau perlakuan-menggunakan model *Discovery Learning* berbantuan media Canva, sebagai berikut.

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Pretest-Posttest	-15.00000	.37139	.06781	-15.13868	-14.86132	-221.218	29	.000

Gambar 3. Uji-t

Berdasarkan gambar output uji Paired Samples T-Test, diketahui *mean* perbedaan (*Pretest - Posttest*) diperoleh nilai rata-rata perbedaan adalah 15.000, menunjukkan bahwa ada kenaikan yang signifikan dari pretes dan postes dengan standar deviasi & standar error mean, yaitu standar deviasi 0.37139 menunjukkan bahwa variasi antar perbedaan pasangan cukup kecil. Sedangkan Standar error mean 0.06781 menunjukkan bahwa estimasi rata-rata perbedaan cukup akurat. Sedangkan interval kepercayaan 95%, interval antara -15.13868 hingga -14.86132 menunjukkan bahwa selisih rata-rata yang sebenarnya berada dalam rentang ini dengan 95% tingkat kepercayaan. Karena kedua batas negatif, ini menunjukkan bahwa perbedaan antara pretes dan postes signifikan.

Nilai t dan Derajat Kebebasan (df) diketahui, Nilai t = -221.218 sangat besar dalam magnitudo, yang menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan. Derajat kebebasan df = 29, yang berarti sampel terdiri dari 30 pasangan data. Nilai Signifikansi (Sig. 2-tailed): hasilnya sangat signifikan secara statistik, seperti yang ditunjukkan oleh nilai 0,000 ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang nyata antara pretes dan postes.

Mengingat bahwa ada perbedaan yang signifikan antara hasil pretes dan postesdan bahwa perlakuan atau intervensi yang ditawarkan memiliki dampak yang substansial, maka hasil pada tabel tersebut merupakan data yang valid karena memenuhi persyaratan untuk uji t berpasangan yang signifikan. Setelah intervensi atau terapi, perubahan atau peningkatan variabel diukur dengan menggunakan *uji n-gain*.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
N-Gain	30	.39	.71	.5247	.09082
Valid N (listwise)	30				

Gambar 4. Uji *n-gain*

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap data N-Gain 30 siswa, nilai terendah adalah 0,39 dan tertinggi adalah 0,71. Dengan standar deviasi sebesar 0,09082, nilai rata-rata (mean) N-Gain adalah 0,5247. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum peningkatan hasil belajar siswa masuk dalam kelompok sedang, dengan menggunakan klasifikasi gain score dari Hake, yaitu rendah (<0,3), sedang (0,3-0,7), dan tinggi (>0,7). Angka standar deviasi yang relatif rendah menunjukkan bahwa hanya ada sedikit atau bahkan tidak ada variasi dalam peningkatan hasil belajar siswa.

Hasil ketuntasan belajar siswa dilihat dari hasil Posttest siswa dilihat dari nilai ketuntasan belajar atau KKM mata pelajaran bahasa Indonesia. Tujuannya adalah untuk mengukur seberapa besar peningkatan hasil belajar siswa sebagai hasil dari penggunaan pendekatan *Discovery Learning* dengan dukungan media Canva. Nilai ketuntasan siswa yang ditunjukkan pada tabel berikut adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Ketuntasan Belajar Siswa

NO.	Nama Siswa	Nilai Postest	KKM	Tuntas/Tidak Tuntas
1	A. R. D	88	75	Tuntas
2	A. T. R	80	75	Tuntas
3	A. R. A	90	75	Tuntas
4	B. L. P	83	75	Tuntas
5	D. A. N	86	75	Tuntas
6	D	92	75	Tuntas
7	D. I. P	78	75	Tuntas

8	D. S	89	75	Tuntas
9	D. A	84	75	Tuntas
10	F. M. P	87	75	Tuntas
11	F. I	81	75	Tuntas
12	G. M. A	91	75	Tuntas
13	G. R. M	79	75	Tuntas
14	L. K	85	75	Tuntas
15	M. P. H	93	75	Tuntas
16	M. I. S	77	75	Tuntas
17	M. H. A	94	75	Tuntas
18	N. S. A	82	75	Tuntas
19	N.M. H	88	75	Tuntas
20	N. S. A	80	75	Tuntas
21	N. S. A	90	75	Tuntas
22	N. A	83	75	Tuntas
23	Q. F. A	86	75	Tuntas
24	R. J. L	92	75	Tuntas
25	R. M	78	75	Tuntas
26	R. P. R	89	75	Tuntas
27	S. N. R	84	75	Tuntas
28	T. S	87	75	Tuntas
29	T. H	81	75	Tuntas
30	Z. Z	91	75	Tuntas

Hasil postes menunjukkan bahwa 100% siswa telah tuntas karena semua siswa memiliki nilai di atas KKM (75). Perbandingan dengan Pretes. Pada pretest, hanya 10 dari 30 siswa (33.3%) yang tuntas. Setelah intervensi/pembelajaran, semua siswa mencapai ketuntasan (100%). Efektivitas pembelajaran sangat tinggi, terbukti dari peningkatan ketuntasan dari 33.3% menjadi 100%. Tidak ada siswa yang tidak tuntas, menandakan bahwa materi atau metode pengajaran yang digunakan berhasil.

Pembahasan

Dengan bantuan media Canva dan metodologi *Discovery Learning*, peningkatan aktivitas belajar siswa dievaluasi berdasarkan partisipasi mereka dalam proses pembelajaran. Karena semakin banyak siswa berpartisipasi dalam kegiatan pembelajaran, semakin besar kemungkinan mereka akan meningkatkan kemampuan mereka dalam menulis teks iklan, sehingga menjadi tolak ukur keberhasilan pembelajaran. Para siswa menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kegiatan pembelajaran, menurut pengamatan yang dilakukan selama

penelitian. Banyak siswa yang hanya menyerap informasi secara pasif sebelum penerapan pendekatan *Discovery Learning*. Namun, siswa menjadi lebih kreatif dalam membuat teks iklan yang menarik setelah model ini diimplementasikan dengan media Canva, membuat mereka terlihat terlibat dalam proses pembuatan teks. Selain itu, penggunaan model *Discovery Learning* dengan media Canva mengalami peningkatan.

Pada hasil observasi aktivitas siswa ada beberapa indikator untuk melihat keaktifan siswa dalam pembelajaran yang dilaksanakan menggunakan model *Discovery Learning* berbantuan media Canva. Pada tahap *Stimulation* siswa memperhatikan contoh teks iklan yang ditampilkan, memberikan tanggapan terhadap pertanyaan guru terkait dengan teks iklan serta siswa menunjukkan rasa ingin tahu dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait teks iklan. Pada tahap mengidentifikasi masalah, siswa mencari tahu unsur-unsur penting yang terdapat dalam iklan, serta siswa berdiskusi dengan teman terhadap perbedaan dan persamaan pada iklan. Pada tahap pengumpulan data, siswa antusias mencari contoh teks iklan dari berbagai sumber seperti internet atau buku, serta siswa menganalisis ciri kebahasaan dan struktur teks iklan yang dicatat oleh siswa dalam buku catatan. Pada tahap pengolahan data, siswa menyusun konsep iklan yang akan dibuat, siswa mendesain iklan menggunakan media Canva, siswa mempresentasikan hasil pembuatan iklan tersebut di depan kelas dan siswa lain memberikan tanggapan atau komentar. Tahap akhir atau kesimpulan, siswa menuliskan refleksi pembelajaran yang telah dilaksanakan serta menyimpulkan prinsip dalam pembuatan iklan yang lebih efektif.

Uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa siswa menunjukkan aktivitas belajar yang sangat baik untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menulis teks iklan dengan menggunakan pendekatan *Discovery Learning* berbantuan media Canva. Kemampuan menulis teks iklan pada dasarnya merupakan prasyarat yang penting bagi siswa untuk menuntaskan hasil belajar yang maksimal. Sesuai dengan kompetensi dasar 4.3 Menyajikan gagasan, pesan, ajakan dalam bentuk iklan secara lisan dan tulis dengan memperhatikan struktur, kebahasaan, atau aspek lisan. Seiring dengan berjalan waktu, penyesuaian kecanggihan teknologi pun harus seimbang dengan dunia Pendidikan, jika dikaitkan dengan pembelajaran di sekolah peran teknologi masih belum bisa digunakan sepenuhnya. Fakta yang ditemukan di lapangan, nyatanya siswa masih menggunakan alat dan media yang sederhana dalam menulis teks iklan, yaitu dengan menggunakan kertas HVS, pensil, spidol, krayon, dan alat tulis lainnya. Berdasarkan hal tersebut

maka peneliti menyarankan dengan menggunakan media Canva pada pembelajaran menulis teks iklan sehingga siswa bisa menggunakan teknologi untuk menuntaskan hasil belajarnya.

Diketahui kemampuan siswa dalam aspek bahasa iklan sebelum menggunakan metodologi *Discovery Learning* dengan bantuan perangkat lunak Canva, peneliti memberikan pretest di awal pertemuan. Dengan nilai terendah 62 dan tertinggi 79, nilai rata-rata pretest dari 30 siswa adalah 63. Dari data tersebut diketahui bahwa 10 siswa berhasil mencapai KKM (Kriteria Ketuntasan Minimal) berdasarkan hasil pretest atau tes penilaian awal, sedangkan 20 siswa tidak. Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa kemampuan awal siswa masih cukup buruk. Kemudian diketahui kemampuan akhir siswa setelah mereka menggunakan pendekatan *Discovery Learning* dengan bantuan media Canva, para peneliti memberikan posttest atau ujian akhir pada pertemuan terakhir. Nilai rata-rata untuk mengembangkan kemampuan menulis materi iklan adalah 85,6, dengan nilai terendah 77 dan nilai tertinggi 94. Dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat peningkatan sebesar 35,8% pada skor pretest dan posttest.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, keterampilan menulis iklan siswa kelas VIII dapat berhasil ditingkatkan dengan memanfaatkan paradigma *Discovery Learning* dengan media Canva. Temuan pretes dan postes menunjukkan peningkatan yang mencolok dalam persentase siswa yang mempelajari materi teks iklan dan nilai rata-rata. Semua nilai siswa melampaui KKM setelah penerapan metodologi ini, menunjukkan seberapa baik metodologi ini bekerja untuk meningkatkan standar pembelajaran. Selain memaksimalkan penggunaan teknologi digital di dalam kelas, pendekatan ini dapat menginspirasi siswa untuk menulis dengan lebih kritis, kreatif, dan menarik ketika membuat pesan iklan yang persuasif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agliani, M. Z., Muhyi, D. M. Z., & Suratiningsih, M. (2023). Efektivitas model pembelajaran environmental learning terhadap kemampuan menulis kreatif pantun peserta didik kelas vii dengan berbantuan aplikasi canva SMPN 6 Lembang. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 9(04), 999-1014.
- Sari, A. N., Mulyati, Y., & Kurniawan, K. (2024). Bagaimana meningkatkan kemampuan menulis teks eksplanasi dengan bantuan canva di SMA. *Anafora: Jurnal Penelitian Mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(1), 46-52.
- Nabila, S. A., Heryadi, D., & Lisnawati, I. (2024). Project based learning berbantuan canva sebagai alternatif pembelajaran bahasa indonesia pada era VUCA. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 20, 212-219.

- Muhammad, M. (2024). *Pengembangan media pembelajaran e-comic fisika menggunakan canva berbasis model discovery learning materi usaha dan energi* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Bella, A. D. A. M., Yuliana, J. N., & Wulandari, S. R. (2021). Media poster pada materi teks iklan, slogan, dan poster kelas VIII Bahasa Indonesia. *Jurnal Genre*, 3(1), 18-23.
- Agliani, M. Z., Muhyi, D. M. Z., & Suratiningsih, M. (2023). Efektivitas model pembelajaran environmental learning terhadap kemampuan menulis kreatif pantun peserta didik kelas vii dengan berbantuan aplikasi Canva SMPN 6 Lembang. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 9(04), 999-1014.
- Muchlis, L. N., Djangi, M. J., & Nuryati, S. (2024). Penerapan model *discovery learning* berbantuan media canva untuk meningkatkan minat belajar dan hasil belajar peserta didik kelas VII 2 SMP Negeri 16 Makassar. *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Pembelajaran*, 6(2), 1703-1712.
- Sholihin, M., Hamdiah, M., & Hasanah, S. (2024, December). Penerapan model pembelajaran *discovery learning* dalam pembelajaran teks iklan di kelas 8 SMP Unggulan Zainul Hasan Genggong. In *Proceedings of Annual Conference on Education* (Vol. 1, No. 1, pp. 599-606).
- Silviya, J. (2018). Penerapan model *discovery learning* dalam meningkatkan keterampilan menulis teks iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Babakan Madang Bogor. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Pendidikan Bahasa & Sastra Indonesia*, 2(2).
- Dewi, N. P. A. K. S., Subaker, I. W., & Adni, N. P. (2022). Meningkatkan kemampuan memahami unsur-unsur iklan dengan menerapkan metode *discovery learning*. *Attractive: Innovative Education Journal*, 4(3), 304-311.
- Anwar, H. (2020). *Pengaruh model pembelajaran discovery learning berbasis 4c terhadap hasil belajar siswa kelas V SDN Tenggilis Mejoyo I Surabaya* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS PGRI ADIBUANA SURABAYA).
- Marwadi, N., & Sodik, S. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Canva pada Pembelajaran Menyusun Teks Iklan Kelas XII DKV 2 SMKN 13 Surabaya. *Bapala*, 9(8), 198-207.
- Johan, E. P. E., Rustam, R., & Sinaga, A. (2022). Pengaruh Media Pembelajaran Aplikasi Canva Terhadap Hasil Menulis Iklan Poster di SMP Nasional Sariputra Jambi. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 11(2), 137-149.
- Winarti, W., Sobari, T., & Lestari, R. D. (2023). Respon peserta didik terhadap penggunaan aplikasi canva dalam pembelajaran menulis teks iklan di Mts Miftahul Huda Kiarapayung. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(4), 327-334.
- Melisa Fidia Astuti, P. B. S. I. (2021). Pengembangan poster berbasis canva sebagai media pembelajaran menulis teks iklan pada siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Kretek Kabupaten Bantul. *PBSI, Universitas PGRI Yogyakarta*.