

**PEMANFAATAN APLIKASI CANVA PADA PEMBELAJARAN MENYUSUN TEKS IKLAN
KELAS XII DKV 2 SMKN 13 SURABAYA**

Nova Marwadi

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya;
nova.18115@mhs.unesa.ac.id

Syamsul Sodik

Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
syamsulsodik@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* dan untuk mengetahui bagaimana respon siswa dalam pembelajaran tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan model pengembangan. Sumber data berasal dari guru Bahasa Indonesia dan 32 siswa kelas XII DKV 2 SMKN 13 Surabaya. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, tes produk, dan angket. Observasi dilakukan oleh guru Bahasa Indonesia kelas XII untuk mengamati aktivitas guru dalam menerapkan sintaks pembelajaran. Tes produk dilakukan untuk memperoleh data dari 32 desain iklan siswa yang dibuat menggunakan aplikasi *Canva*. Dan, pengisian angket oleh siswa untuk mendeskripsikan respon siswa atas pembelajaran menyusun teks iklan dengan memanfaatkan aplikasi *Canva*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pemanfaatan aplikasi *Canva* pada pembelajaran menyusun teks iklan "sangat baik". Keberhasilan tersebut didukung dengan (1) hasil observasi aktivitas guru dalam menjalankan sintaks pembelajaran memperoleh hasil 93,75 dengan kriteria "sangat baik", (2) hasil tes produk dengan nilai tertinggi 92 dan nilai terendah 59 dari segi struktur iklan dan unsur kebahasaannya memperoleh hasil 90 dengan kriteria "sangat baik". Dari kedua hasil tersebut, penerapan pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* memperoleh hasil 91,5 dengan kategori "sangat baik". (3) Respon siswa dalam penelitian ini memperoleh hasil 3,26 dengan kriteria "Memenuhi".

Kata Kunci: Pembelajaran langsung, Canva, Teks Iklan

Abstract

This study aims to find out how to apply advertising text learning using the Canva application and to find out how students respond to the learning. This study uses a qualitative descriptive method with a development model. Sources of data came from Indonesian teachers and 32 students of class XII DKV 2 SMKN 13 Surabaya. Collecting data using observation techniques, product tests, and questionnaires. Observations were made by the Indonesian class XII teacher to observe the teacher's activities in applying the learning syntax. The product test was conducted to obtain data from 32 student ad designs created using the Canva application. And, filling out a questionnaire by students to describe students' responses to learning to compose ad text by using the Canva application. The results of this study prove that the use of the Canva application in learning to compose ad text is "very good". This success is supported by (1) the results of observing the teacher's activities in carrying out learning syntax getting results of 93.75 with the criteria of "very good", (2) product test results with the highest score of 92 and the lowest score of 59 in terms of advertising structure and linguistic elements. 90 with "very good" criteria. From these two results, the application of ad text learning using the Canva application obtained 91.5 results in the "very good" category. (3) Student responses in this study obtained results of 3.26 with the criteria of "Fulfilling".

Keywords : Direct Intruction, Canva, Ad Text

PENDAHULUAN

Satu di antara jenjang pendidikan yang dikhususkan untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas yaitu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Sekolah Kejuruan merupakan pendidikan menengah yang berfokus pengembangan juru atau keterampilan peserta didik sebagai persiapan untuk dapat

bekerja pada bidangnya (Roesminingsih, 2017 : 127). Pendidikan kejuruan menjadi harapan pendidikan nasional untuk menjawab tuntutan perkembangan zaman. Terlebih, saat ini dunia sedang dalam masa Revolusi Industri 4.0, yang membutuhkan sumber daya manusia yang segera dan siap mengimplementasikan keterampilan mereka. (Kasali, 2018:120).

Pembelajaran Bahasa Indonesia merupakan satu di antara mata pelajaran wajib yang harus ditempuh oleh peserta didik selama jenjang pendidikan. Berbeda dengan SMA, Di bangku Sekolah Menengah Kejuruan, mata pelajaran Bahasa Indonesia difokuskan untuk menunjang praktik vokasi peserta didik. Pembelajaran Indonesia masuk ke dalam kelompok mata pelajaran normatif, yang bertujuan menjadikan peserta didik mampu berkomunikasi dengan efektif sesuai etika baik secara lisan maupun tulisan dalam kemampuan intelektual, emosional dan sosial (Samsiyah, 2016) . Di Pendidikan kejuruan, mata pelajaran Bahasa Indonesia diharapkan mampu menjadi corong untuk pemahaman pelajaran yang lainnya dan menjadi corong untuk menghubungkan pelajaran produktif ke dunia pekerjaan.

Satu di antara keterampilan yang paling ditekankan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di bangku SMK adalah keterampilan menulis. Sama halnya dengan SMA, keterampilan menulis merupakan satu di antara ciri khas peserta didik belajar Bahasa Indonesia (Setiawan, 2019:119). Keterampilan menulis masuk ke dalam kategori keterampilan yang sulit bahkan pada penutur aslinya karena dalam keterampilan ini siswa harus mampu memproduksi penggunaan Bahasa yang efektif di samping menguasai keterampilan reseptifnya (Nurgiyantoro, 2009:296) .

Satu di antara keterampilan menulis yang harus dikuasai peserta didik terutama peserta didik sekolah kejuruan yaitu menulis iklan. Pembelajaran teks iklan merupakan satu di antara materi wajib Bahasa Indonesia pada sekolah kejuruan. Hal ini disebabkan teks iklan dapat menunjang mata pelajaran produktif.

Pendidikan di Indonesia saat ini mengalami kendala karena pandemi Covid-19 yang belum kunjung usai sejak tahun 2019. Walaupun beberapa sekolah sudah menerapkan pembelajaran tatap muka terbatas (PTMT), kendala pembelajaran selama pandemi masih terasa. Pembelajaran berbasis elektronik (*e-learning*) masih tetap diterapkan sebagai selingan pembelajaran tatap muka. Hal ini menyebabkan pembelajaran lebih banyak menggunakan gawai dan internet. (Andi, 2020). Sisi lain, saat pembelajaran tatap muka terbatas, sekolah masih memperbolehkan siswa membawa gawai ke sekolah. Dampak lainnya, siswa terkadang menggunakan gawai untuk hal lain yang seharusnya jika dimanfaatkan untuk pembelajaran sangat bermanfaat. Selain itu, saat pembelajaran daring, sebagian besar guru hanya menggunakan aplikasi yang monoton sehingga saat pembelajaran tatap muka dimulai guru kurang mampu memaksimalkan fungsi lainnya pada gawai dan internet. Hal ini yang menyebabkan pembelajaran tatap muka terbatas pun masih kurang maksimal (Cahyani, 2020 : 138). Permasalahan ini berdampak pada pembelajaran

Bahasa Indonesia, begitu juga pada pembelajaran teks Iklan.

SMKN 13 Surabaya merupakan sekolah baru di Surabaya. Sekolah ini didirikan pada tahun 2019 berdasarkan SK pendirian dan SK operasional yang sama-sama keluar pada awal tahun 2019. Sebagai sekolah baru, belum menginjak satu tahun operasional, sekolah ini harus berhadapan dengan era pandemi. Inovasi pembelajaran di sekolah ini harus terus dikembangkan sebagai keharusan sekolah yang baru beroperasi dan dampak terhadap pembelajaran di era pandemi. Berdasarkan hasil survey peneliti selama kegiatan PLP di sekolah ini, suasana pembelajaran butuh inovasi untuk kembali membangun suasana belajar yang efektif terutama saat pembelajaran daring dan tatap muka terbatas.

Penelitian ini bertujuan mengembangkan pola pembelajaran menyusun teks iklan menggunakan aplikasi *Canva*. Dalam penelitian ini diharapkan siswa lebih kreatif dan selektif dalam memilih kebahasaan teks iklannya yang sesuai dengan desain yang pas pada aplikasi *Canva* sehingga menghasilkan sebuah produk pembelajaran yang tidak hanya berhenti dalam kelas, namun dapat digunakan untuk mempromosikan produk sesuai jurusan atau lainnya di Sekolah Kejuruan. Penelitian ini juga diharapkan mampu menghasilkan pembelajaran yang menerapkan sistem digital serta diterapkannya pembelajaran berbasis elektronik (*e-learning*) sebagai latihan dalam menghadapi revolusi industri 4.0 (Haryatmoko, 2020:141; Grafura & Wijayanti, 2019: 31; Daryanto & Karim, 2017:11; Samani, 2016:28).

Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, (1) Bagaimana penerapan pembelajaran teks Iklan di kelas XII DKV SMKN 13 Surabaya menggunakan aplikasi *Canva*? (2) Bagaimana respon siswa kelas XII DKV SMK Negeri 13 Surabaya menggunakan aplikasi *Canva* pada pembelajaran teks iklan?

KAJIAN PUSTAKA

Wright (1978) dalam Liliweri (1992:20) Memaparkan bahwa iklan merupakan satu di antara proses komunikasi bersifat persuasif yang menitikberatkan pada suatu upaya memasarkan suatu barang yang dijual, layanan jasa, serta gagasan atau ide tertentu. Dunn dan Barban (1978) dalam Widyatama (2007:15) memaparkan bahwa iklan merupakan komunikasi non-personal dalam menyampaikan suatu pesan dalam upaya membujuk dengan kalimat persuasif tentang suatu barang yang dijual, layanan jasa dan sebagainya oleh perusahaan kepada konsumen, lembaga non-komersial maupun pribadi.

Melansir dari *Kumparan.com* dan *Canva.com*, *Canva* merupakan sebuah aplikasi desain, editor foto dan editor video gratis dan berbayar yang sangat mudah digunakan dan sederhana, serta tersedia di gawai dan laptop. Aplikasi ini sangat menarik dijadikan sebagai media pembelajaran audio visual (Rahmatullah, 2020). Selain dapat menjadi aplikasi untuk membuat media pembelajaran oleh guru, *Canva* juga dapat digunakan langsung oleh siswa dalam mendesain suatu produk dari pembelajaran, seperti logo, poster, iklan, dan sebagainya. Di dibandingkan dengan aplikasi desain dan editor lainnya, aplikasi *Canva* lebih berfokus pada desain yang disertai dengan contoh-contoh desain foto yang sudah jadi sehingga dapat dijadikan contoh dan template desain lainnya. Komponen-komponen di dalam aplikasi ini sangat mudah dipahami sehingga dapat digunakan untuk mendukung pembelajaran secara visual langsung dan dapat melatih kemampuan literasi visual peserta didik (Adawiyah, Hasanah, & Munsir, 2019). Selain itu, aplikasi ini dapat diakses melalui aplikasi pada gawai, komputer dan juga melalui web.

Sebagai aplikasi desain, foto dan video, *Canva* sangat cocok untuk menunjang pembelajaran menyusun teks iklan. Pada penerapannya, pembelajarman menyusun teks iklan diharapkan dapat berjalan dengan baik dengan merespon motivasi belajar siswa melalui pembelajaran langsung (*direct intruction*) membuat desain iklan yang menarik dengan memperhatikan struktur dan unsur kebahasaannya. (Rahmatullah, 2020). Aplikasi *Canva* menjadi praktik langsung dari penerapan pembelajaran menyusun teks iklan yang sesuai dengan bidang peserta didik di sekolah kejuruan. (Rahmatullah, 2020).

Penelitian Relevan sebelumnya yaitu “Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis dan Promosi Produk pada Sekolah Islami Berbasis Kewirausahaan” oleh Fenty Fahminansih, dkk di MTS dan MA Roudlotul Banat Sidoarjo. Dari penelitian tersebut didapatkan hasil positif dari pemanfaatan aplikasi *Canva* untuk membuat desain promosi produk di sekolah tersebut, hanya saja penelitian ini berfokus pada guru sebagai bahan ajar dalam pembelajaran kewirausahaan.

Penelitian relevan lainnya yaitu, “Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Jenjang Sma/Ma” oleh Garris Pelangi. Penelitian ini lebih kepada pemaparan manfaat aplikasi *Canva* pada pembelajaran Bahasa Indonesia secara teori. Pada penelitian ini terdapat bagian yang memaparkan manfaat aplikasi *Canva* pada pembelajaran teks iklan, hanya saja artikel ini ditulis dengan teknik pengumpulan data *study literatur*. Artinya, penelitian ini tidak dilakukan secara langsung praktik di dalam kelas.

METODE

Jenis penelitian ini yaitu Deskriptif kualitatif. Menurut Sukardi (2016 : 84), Penelitian Deskriptif yaitu penelitian yang secara sistematis menggambarkan fakta dan/atau karakteristik suatu objek ataupun subjek secara tepat sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan. Model penelitian ini yaitu pengembangan, yaitu dengan mengembangkan aplikasi *Canva* menjadi media pembelajaran dan mengembangkan pembelajaran menyusun teks iklan menjadi lebih kreatif dan inovatif. Penelitian ini dilaksanakan di SMK Negeri 13 Surabaya Jl. Bumi Indah No.65, Lontar, Kec. Sambikerep, Kota Surabaya selama 3 kali pertemuan, yaitu pertemuan pertama pada tanggal 8 Maret 2022, pertemuan kedua pada tanggal 15 Maret 2022 dan pertemuan ke tiga pada tanggal 23 Maret 2022. Sumber data dari penelitian ini yaitu guru Bahasa Indonesia dan 31 siswa kelas 12 Dkv 2. Teknik pengumpulan data penelitian ini melalui observasi, tes produk dan angket.

Teknik observasi dilakukan untuk mengamati tingkat keberhasilan aktivitas guru dalam menerapkan sintaks pembelajaran menyusun teks iklan menggunakan aplikasi *Canva*. Teknik tes produk dilakukan untuk memperoleh hasil penilaian 32 desain iklan siswa yang dibuat menggunakan aplikasi *Canva* dari segi struktur iklan dan unsur kebahasaannya. Teknik angket berupa pertanyaan yang diisi oleh siswa dilakukan untuk mendeskripsikan respon siswa atas pemanfaatan aplikasi *Canva* dalam pembelajaran menyusun teks iklan.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu (1) informasi penerapan pembelajaran menyusun teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* yang diperoleh dari hasil aktivitas guru dan hasil tes produk, dan (2) informasi respon siswa atas pemanfaatan aplikasi *Canva* dalam pembelajaran menyusun teks iklan yang diperoleh dari 15 komponen pertanyaan yang telah disediakan dalam angket dan diisi oleh siswa.

Instrumen data pada penelitian ini yaitu lembar observasi guru, tes produk dan angket. Pada lembar observasi dan lembar angket menggunakan model *skala likert* dengan kriteria 1—4, yaitu 4 = sangat setuju, 3 = setuju, 2 = kurang setuju, dan 1 = tidak setuju. *Skala likert* digunakan mengukur pendapat atau persepsi terhadap suatu fenomena (Sugiyono, 2009: 93).

Pada lembar observasi guru menggunakan rumus berikut.

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Skor Perolehan}}{\text{Total Seluruh Skor}} \times 100 \quad (1)$$

(Sugiyono, 2009).

Hasil yang diperoleh dari rumus di atas dicocokkan dengan tabel penilaian berikut.

Tabel. 1 Penilaian Aktivitas Guru pada Pembelajaran Teks Iklan

Tingkat pencapaian	Kualifikasi
81—100	Sangat Baik (SB)
61—80	Baik (B)
41—69	Cukup (C)
< 40	Kurang (K)

Tabel di atas mengacu pada lembar penilaian valid dan layak yang di susun oleh Yunita dan Hasnan (2015). Instrumen tes produk digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan pembelajaran teks iklan secara individu dan tingkat keberhasilan pemanfaatan aplikasi *Canva* secara keseluruhan. Rekap tes produk secara individu dihitung menggunakan rumus.

$$Nilai = \frac{\text{Jumlah Nilai}}{\text{Jumlah Skor}} \times 100 \quad (2)$$

Nilai yang diperoleh siswa dicocokkan dengan kriteria keberhasilan sesuai dengan tabel berikut.

Tabel. 2 Kriteria Hasil Tes Produk

No.	Tingkat pencapaian	Kualifikasi
1.	81—100	Sangat Baik (SB)
2.	61—80	Baik (B)
3.	41—60	Cukup (C)
4.	< 40	Kurang (K)

Setelah merekap nilai siswa secara keseluruhan dan mencocokkan sesuai dengan kriterianya, tingkat keberhasilan penelitian melalui tes produk dihitung menggunakan rumus berikut.

$$P = \frac{\text{Jumlah siswa sesuai kriteria}}{\text{Jumlah seluruh siswa}} \times 100 \quad (3)$$

Tabel. 3 Persentase keberhasilan Tes Produk

No.	Tingkat pencapaian (%)	Kualifikasi
	81—100	Sangat Baik (SB)
	61—80	Baik (B)
	41—60	Cukup (C)
	< 40	Kurang (K)

Instrumen data melalui angket dilakukan untuk mengetahui tingkat respon siswa terhadap penelitian dalam pembelajaran teks iklan. Instrumen angket menggunakan *skala likert* dengan kriteria 1—4. Data pada angket dihitung menggunakan rumus berikut.

$$P = \frac{\text{Total Seluruh Skor}}{\text{Jumlah data respon}} \quad (4)$$

Hasil hitungan menggunakan rumus tersebut kemudian dicocokkan dengan tabel tingkat pencapaian respon siswa berikut.

Tabel. 4 Hasil Pencapaian Respon Siswa

No.	Tingkat pencapaian	Kualifikasi
1.	0,99—2,00	Tidak Memenuhi
2.	2,01—3,00	Kurang Memenuhi
3.	3,01—3,99	Memenuhi
4.	4,00	Sangat Memenuhi.

Metode analisis data pada penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian yaitu melalui teknik triangulasi. Teknik triangulasi yaitu teknik memeriksa keabsahan data menggunakan sesuatu di luar data dengan tujuan uji kredibilitas data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan rumusan masalahnya, penelitian ini membahas tentang (1) informasi penerapan pembelajaran teks Iklan di kelas XII DKV 2 SMKN 13 Surabaya menggunakan aplikasi *Canva* dan (2) informasi respon siswa kelas XII DKV 2 SMK Negeri 13 Surabaya menggunakan aplikasi *Canva* pada pembelajaran teks iklan. Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk deskriptif. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk rangkuman, tabel, dan deskripsi data secara menyeluruh.

Penerapan Pembelajaran Menyusun Teks Iklan

Pembelajaran menyusun teks iklan dalam penelitian ini menggunakan metode pembelajaran langsung (*direct intruction*) melalui empat tahap, yaitu tahap orientasi, tahap pembelajaran teks iklan dan pengenalan aplikasi *Canva*, dan tahap asesmen. Tahap orientasi adalah tahap pengenalan diri peneliti kepada siswa dan penyampaian tujuan pembelajaran yang juga menjadi bagian dari tujuan penelitian. Tahap pembelajaran teks iklan sekaligus dengan pengenalan aplikasi *Canva* dilakukan dengan metode pembelajaran langsung (*direct intruction*). Pada tahap ini, guru menjelaskan setiap struktur teks iklan dan unsur kebahasaannya dengan menunjukkan langsung pada sebuah contoh teks iklan yang telah disusun dengan aplikasi *Canva*. Selain menjelaskan teks iklan, guru juga sekaligus menjelaskan setiap fitur yang terdapat pada aplikasi *Canva* serta cara penggunaannya. Tahap asesmen adalah tahap penilaian dengan meminta siswa menyusun sebuah teks iklan. Hasil siswa dalam menyusun teks iklan pada tahap ini menjadi sumber data dari instrumen tes produk.

Penerapan pembelajaran dalam penelitian ini dilakukan selama tiga kali pertemuan melalui pembelajaran tatap muka terbatas dua kali dalam satu minggu. Sistem pembelajaran dilakukan secara bergantian yaitu kelas pertama diikuti siswa dengan presensi ganjil kemudian kelas kedua pada hari yang berbeda diikuti oleh siswa dengan presensi genap.

Pada pertemuan minggu pertama, pembelajaran dilaksanakan dengan model orientasi atau pengenalan. Pada pertemuan ini, guru memperkenalkan diri kepada siswa dan menyampaikan tujuan pembelajaran. Pada pertemuan ini juga, guru mulai membuka pembelajaran dengan sistem tanya jawab seputar teks iklan dan aplikasi *Canva* yang akan dipelajari pada pertemuan selanjutnya.

Pada pertemuan minggu kedua, pembelajaran dilaksanakan selama 90 menit yang terdiri dari 15 menit kegiatan pendahuluan, 60 menit kegiatan inti dan 15 menit kegiatan penutup. Pembelajaran pada minggu

tersebut dilaksanakan dengan model pembelajaran langsung (*Direct Interaction*). Pada kegiatan inti, guru menjelaskan setiap struktur teks iklan dan unsur kebahasaannya dengan menunjukkan langsung menggunakan layar proyektor pada sebuah contoh teks iklan yang telah disusun dengan aplikasi *Canva* oleh guru sebelumnya. Selain menjelaskan teks iklan, guru juga sekaligus menjelaskan setiap fitur yang terdapat pada aplikasi *Canva* serta cara penggunaannya. Pada pembelajaran tersebut, guru menjelaskan materi dengan menayangkan langsung tampilan aplikasi *Canva* beserta contoh desain iklan yang telah disusun dengan aplikasi tersebut kemudian meminta kepada siswa untuk mencoba menerapkan cara penggunaan fitur-fitur aplikasi menggunakan gawai siswa masing-masing. Guru juga memberikan kesempatan kepada siswa untuk bertanya baik terkait struktur dan unsur kebahasaan iklan maupun terkait kendala dalam penggunaan aplikasi *Canva*. Setelah kegiatan inti, guru memberi tugas kepada siswa untuk membuat sebuah desain iklan dengan memperhatikan struktur dan unsur kebahasaan iklan menggunakan aplikasi *Canva* lalu dikumpulkan melalui *google form* paling lambat 3 hari sebelum pertemuan minggu selanjutnya.

Pada pertemuan minggu ketiga, guru mengumumkan nilai hasil desain iklan siswa. Guru lalu menunjukkan tiga desain iklan siswa yang terbaik lalu membahasnya dari segi struktur dan unsur kebahasaannya. Guru juga menunjukkan desain iklan siswa dengan nilai terendah kemudian menjelaskan alasan desain iklan tersebut mendapat nilai rendah.

Data dari teknik observasi pada penelitian ini didapatkan melalui pengamatan langsung sintaks proses pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* oleh guru Bahasa Indonesia SMKN 13 Surabaya, yaitu Jumeneng, M. Hum. Data yang didapatkan melalui lembar observasi tentang proses pembelajaran teks iklan dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 1. Lembar Observasi Guru

No.	Aspek Penilaian	Kriteria Penilaian			
		1	2	3	4
A. PENDAHULUAN					
1	Guru membuka kegiatan pembelajaran dan menanyakan kabar siswa			√	
2	Guru memberi pertanyaan dan mengulas kembali materi teks pembelajaran pada pertemuan sebelumnya				√
3	Guru menyampaikan tujuan				√

	pembelajaran teks iklan				
B. INTI					
4	Guru memberikan penjelasan terkait struktur dan kebahasaan teks iklan				√
5	Guru menayangkan sebuah contoh desain iklan pada aplikasi <i>canva</i> melalui layar proyektor serta menjelaskan sistematisa penggunaan fitur-fitur aplikasi secara langsung				√
6	Guru menjelaskan struktur serta ciri kebahasaan teks iklan melalui contoh desain iklan secara langsung sekaligus menjelaskan fungsi fitur-fitur aplikasi <i>canva</i> melalui proyektor.				√
7	Guru meminta siswa mempraktikkan langsung setiap fitur aplikasi <i>canva</i> dan memberi kesempatan untuk bertanya terkait fungsi setiap fitur			√	
8	Guru membantu siswa mengatasi kendala dalam mengoperasikan setiap fitur aplikasi <i>canva</i> .				√
9	Guru menyampaikan tugas yang harus dikerjakan oleh siswa yaitu membuat sebuah desain teks iklan menggunakan aplikasi <i>canva</i>			√	
10	Guru memberi kesempatan pada siswa untuk mengerjakan tugas yang telah diberikan				√
C. PENUTUP					
11	Guru meminta siswa untuk merefleksi kegiatan pembelajaran				√
12	Guru menutup kegiatan pembelajaran dan memberikan motivasi pada siswa.				√
TOTAL		-	-	3	9

Data dalam tabel di atas dapat dimasukkan ke dalam rumus berikut.

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Skor Perolehan}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100$$

$$\text{Total Seluruh Skor}$$

$$\text{Nilai} = \frac{9 \times 4 + 3 \times 3}{12 \times 4} \times 100$$

$$\text{Nilai} = \frac{45}{48} \times 100$$

$$\text{Nilai} = 93,75 \%$$

Hasil persentase yang didapatkan dari 12 aspek penilaian lembar observasi adalah 93,75 %. Persentase ini menunjukkan bahwa pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* terbukti telah dilaksanakan dengan baik oleh guru dalam pembelajaran tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa pembelajaran teks iklan yang bersifat informatif dan prosedural sangat cocok dengan model pembelajaran *Direct Instruction* (Suyatno, 2009 : 73). Data tersebut juga menunjukkan bahwa guru telah melaksanakan pembelajaran dengan baik dan sesuai dengan rencana pelaksanaan pembelajaran (RPP) yang telah dirancang sebelumnya. Hasil dari aktivitas guru ini sangat berpengaruh terhadap hasil dari tes produk, yaitu desain iklan siswa.

Hasil data observasi di atas didukung oleh hasil penelitian selaras yang dilakukan oleh Rahmatullah dan kawan-kawan dengan judul “Media Pembelajaran Audio Visual Berbasis Aplikasi *Canva*” yang membuktikan hasil tanggapan siswa sekitar 86,73 % merasa bahwa pembelajaran berbasis audio visual layak diterapkan menggunakan aplikasi *Canva*. Hal tersebut sama halnya dengan aktivitas guru yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu mengajarkan materi teks iklan menggunakan metode *Direct Instruction* dengan menampilkan secara langsung visual hasil desain iklan menggunakan proyektor kemudian menjelaskannya di depan siswa.

Data tes produk pada penelitian ini berasal dari 32 desain iklan siswa yang telah dibuat menggunakan aplikasi *Canva*. Setiap bagian struktur iklan didesain menggunakan fitur-fitur pada aplikasi *Canva*. Penilaian desain iklan tidak hanya berpatok pada jumlah fitur yang digunakan, tetapi bagaimana siswa mampu menggunakan setiap fitur dengan maksimal dan kreatif sehingga menghasilkan karya desain iklan yang menarik. Adapun fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi *Canva* yaitu sebagai berikut.

1. Teks

Fitur teks pada aplikasi *Canva* menggunakan sistem *call to action (CTA)* yaitu sistem untuk menambahkan teks pada gambar yang didesain atau diedit. Selain untuk menambah teks, pada fitur juga

menyediakan pilihan jenis huruf yang dapat menambah daya tarik pada desain yang dibuat.

2. Templat

Fitur ini khusus untuk memilih templat yang cocok untuk membuat suatu desain. Aplikasi *Canva* menyediakan berbagai templat mentahan yang menarik yang dapat digunakan untuk membuat suatu desain dengan menambahkan ikon-ikon atau gambar lainnya.

3. elemen

Elemen di dalam aplikasi *Canva* menyediakan berbagai ikon-ikon menarik yang dapat membuat desain menjadi lebih menarik. Dalam elemen ini tersedia dalam berbagai bentuk, seperti gambar kecil, garis, kotak, dan sebagainya.

4. Fitur Galeri

Fitur ini dapat digunakan untuk menambah suatu gambar atau foto dari luar aplikasi *Canva* ke dalam desain. Bagian ini sangat berguna, jika gambar atau foto yang dibutuhkan bersumber langsung dari produk atau jasa yang akan didesain

5. Fitur Lainnya

Fitur lainnya pada aplikasi *Canva* ini berisi fitur-fitur tambahan yang dapat menambah daya tarik desain atau editor. Pada fitur ini, terdapat berbagai komponen yang mendukung pembuatan desain audio visual, seperti fitur audio, animasi, video, gaya, bagan dan sebagainya.

Data dari tes produk pada penelitian ini didapatkan pada masing-masing desain iklan yang telah disusun oleh 32 siswa kelas XII DKV 2. Data tes produk ini diambil dari dua aspek penilaian, yaitu struktur iklan dan unsur kebahasaannya. Aspek struktur iklan dilihat dari bagian orientasi, tubuh iklan dan justifikasinya. Setiap bagian tersebut dinilai dari aspek kesesuaian, keterkaitan dan keunikannya. Aspek kebahasaan pada iklan dinilai dari segi keunikan dalam mengelolah bahasa dalam mempromosikan produk atau jasa yang diiklankan dan kejelasan setiap unsur bahasa yang diperlukan dalam iklan. Di sisi lain, aspek kebahasaannya ditekankan pada bahasa iklan yang mengandung unsur kesastraannya, seperti pantun, pribahasa, syair, puisi dan sebagainya dengan tujuan melestarikan kesastraan pada siswa dan masyarakat.

Tabel. 2 Hasil Tes Produk

No.	Nama Siswa	Nilai	
		Struktur Iklan	Unsur Kebahasaan
1	LSW	92	85
2	MKA	90	87
3	MRFI	80	80
4	MAP	82	83
5	MSD	90	85

6	MPS	89	85
7	MDF	83	84
8	MRHS	90	89
9	MSS	80	80
10	NTA	80	80
11	NNA	80	81
12	NE	85	85
13	NAKS	85	84
14	NSR	89	88
15	NF	79	79
16	NF	87	87
17	NK	77	75
18	PR	91	85
19	PMT	85	80
20	RW	90	85
21	RA	90	89
22	RNA	90	91
23	RF	90	86
24	RGEFN	89	87
25	SK	80	80
26	SEP	92	88
27	SF	85	86
28	TTV	88	85
29	TCA	80	80
30	TJR	86	80
31	TT	90	90
32	YPP	59	59

Berdasarkan data nilai hasil desain iklan siswa, tes produk pada penelitian ini memperlihatkan hasil “Sangat Baik”. Hal ini ditunjukkan dengan terdapatnya hasil desain iklan siswa dengan nilai tertinggi pada aspek struktur iklan dan unsur kebahasaan masing-masing 92 dan 91. Nilai tertinggi pada aspek struktur iklan tersebut didapatkan dengan memperhatikan kesesuaian desain iklan dengan foto produk, penempatan judul yang menarik dan kelengkapan bagian justifikasi iklan serta setiap bagian tersebut saling terkait. Nilai tertinggi pada unsur kebahasaan tersebut didapatkan dengan memperhatikan kelengkapan unsur kebahasaan yang dibutuhkan dalam mempromosikan iklannya, keunikan bahasa yang digunakan dan iklan tersebut menggunakan bahasa yang memiliki unsur kesastraan, yaitu pantun. Hal tersebut menambah keunikan dari iklan yang mendapat menjadi daya tarik pada produk yang diiklankan. Berdasarkan data di atas, membuktikan bahwa siswa dapat menggunakan fitur-fitur dalam aplikasi *Canva*, mulai dari teks, templat, elemen, fitur galeri dan lainnya.

Namun, data tes produk menunjukkan masih terdapat siswa yang mendapatkan nilai rendah yaitu 75. Nilai tersebut didapatkan dari kekurangsesuaian desain iklan dengan produk yang diiklankan. Sisi lain, iklan tersebut memiliki kekurangan struktur iklan yaitu bagian justifikasinya. Hal ini menunjukkan bahwa siswa masih kurang mampu memaksimalkan fitur-fitur pada aplikasi *Canva* yang menyediakan berbagai kebutuhan untuk

menyusun teks iklan. selain nilai terendah di atas, terdapat siswa yang mendapatkan nilai terendah, yaitu 59. Nilai tersebut didapatkan dari iklan yang diplagiasi dan tidak didesain sama sekali. Hal ini membuktikan bahwa pembelajaran menyusun teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* tidak dapat dikatakan berhasil secara sempurna dalam memotivasi siswa.

Data hasil tes produk pada penelitian ini secara keseluruhan dirangkum dalam tabel skala likert dengan kategori 1 – 4. Pada aspek struktur iklan, terdapat 22 siswa yang mendapat nilai 4, 9 siswa mendapat nilai 3, 1 siswa mendapat nilai 2 dan tidak ada satupun siswa yang mendapat nilai 1. Pada aspek kebahasaan, terdapat 21 siswa yang mendapat nilai 4, 10 siswa mendapat nilai 3, 1 siswa mendapat nilai 1 dan tidak ada satupun siswa yang mendapat nilai 1. Keseluruhan nilai tersebut secara sederhana dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel. 3 Data hasil desain iklan menggunakan Aplikasi *Canva*.

Aspek yang dinilai	Nilai			
	4	3	2	1
Struktur Iklan	22	9	1	-
Unsur Kebahasaan iklan	21	10	1	-
Persentase	$\frac{43}{64} \times 100 = 67\%$	$\frac{19}{64} \times 100 = 29\%$	$\frac{2}{64} \times 100 = 3\%$	-

$$\text{Skor} = \frac{(43 \times 4) + (19 \times 3) + (2 \times 2)}{64}$$

$$\text{Skor} = \frac{233}{64}$$

$$\text{Skor} = 3,64$$

Dari hasil skor di atas, dapat diketahui bahwa *mean*nya sebagai berikut.

$$\text{Skor} = \frac{3,6}{64} \times 100$$

$$\text{Skor} = 90\%$$

Setelah data dikelolah, terdapat 67% dari 32 siswa yang masuk ke dalam kategori “sangat baik” dengan nilai 4, 29% dari 32 siswa mendapat kategori “baik” dengan nilai 3, 3% mendapat kategori “kurang baik” dengan nilai 2, dan tidak ada satu pun siswa yang mendapat kategori “tidak baik”. Berdasarkan data di atas, pembelajaran menyusun teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* dapat dikatakan berhasil dengan kategori “sangat baik”. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase data

positif dengan kategori sangat baik dan baik mencapai 96%. Dengan demikian, penggunaan aplikasi *Canva* sangat membantu siswa dalam pembelajaran teks iklan.

Data tes produk di atas juga membuktikan bahwa fitur-fitur dalam aplikasi *Canva* sangat membantu siswa dalam mendesain sebuah iklan. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fenty Fahminnansih dan kawan-kawannya berjudul “Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis dan Promosi Produk pada Sekolah Islami Berbasis Kewirausahaan” yang membuktikan bahwa sekitar 76,5 % tanggapan siswa mengatakan bahwa fitur dalam aplikasi *Canva* dapat sangat membantu dalam membuat sebuah desain iklan ataupun poster. Hal ini diharapkan menjadi satu di antara manfaat penelitian ini yaitu memperkenalkan kepada masyarakat bahwa aplikasi *Canva* sangat cocok digunakan untuk membuat desain, baik itu iklan, poster, slogan dan sebagainya.

Keberhasilan penerapan pembelajaran teks iklan dapat dikategorikan berdasarkan dua aspek di atas, yaitu aktivitas guru dan tes produk. Kedua aspek tersebut saling memengaruhi satu sama lain, yaitu keberhasilan aktivitas guru dapat dibuktikan keobjektifannya dengan keberhasilan hasil tes produk siswa dan keberhasilan hasil tes produk siswa dipengaruhi oleh aktivitas guru dalam pembelajaran yang baik. Dari data yang telah didapatkan di atas, penerapan pembelajaran teks iklan dengan menggunakan aplikasi *Canva* dapat dikategorikan berdasarkan tabel berikut.

Tabel. 4 Penerapan Pembelajaran Teks Iklan

Aktivitas Guru	Tes Produk	Hasil
93	90	$\frac{183}{2} = 91,5$

Dari data tersebut diketahui bahwa aktivitas guru mendapat persentase 93 dan tes produk dengan persentase 90. Kedua aspek tersebut masing-masing mendapat kategori “sangat baik”. Berdasarkan hal tersebut, kategori penerapan pembelajaran teks iklan secara keseluruhan dapat dilihat dari rata-rata kedua aspek di atas. Rata-ratanya menunjukkan hasil 91,5. Hasil tersebut terdapat pada rentang interval 81 – 100 dengan kategori “sangat baik”. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa pembelajaran menyusun teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* dapat dikategorikan “sangat baik”.

Respon Siswa

Data respon siswa didapatkan melalui lembar angket yang telah diisi oleh siswa pada pertemuan ketiga penelitian. Lembar angket tersebut terdiri dari 15 komponen pertanyaan (KP) mengenai respon siswa atas pemanfaatan aplikasi *Canva* pada pembelajaran menyusun teks iklan. Data respon siswa ini dibutuhkan untuk

memperkuat keobjektifan data penerapan pembelajaran di atas.

Komponen pertanyaan (KP) pada lembar angket dibuat dengan model skala likert 1 – 4 dengan kriteria Sangat Suka (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), dan Tidak Setuju (TS). Berikut ini komponen pertanyaan yang terdapat pada lembar angket.

- KP 1 : Aplikasi *Canva* bermanfaat untuk menyusun teks Iklan Bahasa Indonesia
- KP 2 : Pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* membuat saya lebih terampil
- KP 3 : Pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* mendorong saya untuk menemukan ide-ide baru
- KP 4 : Pembelajaran teks Iklan menggunakan aplikasi *Canva* meningkatkan komitmen saya dalam belajar
- KP 5 : Pembelajaran teks Iklan menggunakan aplikasi *Canva* memunculkan inisiatif saya
- KP 6 : Pembelajaran teks Iklan menggunakan aplikasi *Canva* memunculkan sikap optimisme saya dalam belajar
- KP 7 : Saya mendapatkan pengaplikasian materi teks iklan secara langsung menggunakan aplikasi *Canva* dalam pembelajaran
- KP 8 : Pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* meningkatkan motivasi saya dalam belajar Bahasa Indonesia
- KP 9 : Saya dapat menerapkan ilmu desain saya dalam pembelajaran Teks Iklan Bahasa Indonesia
- KP 10 : Saya dapat memanfaatkan aplikasi *Canva* sebagai media pembelajaran selain dalam pembelajaran Bahasa Indonesia
- KP 11 : Saya dapat mengeksplorasi potensi dan minat belajar saat menggunakan aplikasi *Canva*
- KP 12 : Saya lebih mudah memahami teks iklan saat menerapkannya langsung dengan aplikasi *Canva*.
- KP 13 : Saya merasa aplikasi *Canva* cocok digunakan untuk pembelajaran teks iklan
- KP 14 : Saya merasa fitur di dalam aplikasi *Canva* cukup membantu saya dalam menyusun teks Iklan
- KP 15 : Saya merasa aplikasi *Canva* adalah media alternatif yang dapat membantu pembelajaran di era Pandemi

Lembar angket pada penelitian ini telah diisi oleh 31 siswa kelas XII DKV 2. Data dari angket tersebut didapatkan distribusi jawaban Sangat Setuju (SS) sebanyak 38 %, Setuju (S) sebanyak 50%, Kurang Setuju (KS) sebanyak 9,2 %, dan Tidak Setuju (TS) sebanyak 1,2 %. Keseluruhan data di atas membuktikan bahwa pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* direpson positif oleh siswa dengan melihat kesesuaian aplikasi *Canva* dengan pembelajaran teks iklan. Hal ini dibuktikan dengan distribusi persentase Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S) mencapai 88 %, sedangkan Kurang Setuju (KS) dan Tidak Setuju (TS) hanya sekitar 12 %.

Lebih rincinya, data angket pada penelitian ini telah dirangkum pada tabel berikut.

Tabel. 5 Data angket respon siswa dengan Skala Likert.

Kategori Respon (KR)	Jumlah Respon (JR)	Total Skor (KR x JR)
Sangat Setuju (4)	180	720
Setuju (3)	235	705
Kurang Setuju (2)	43	86
Tidak Setuju (1)	6	6
Total	464	1517

Berdasarkan tabel di atas, rata-rata data adalah sebagai berikut.

$$\text{Mean} = \frac{1517}{464}$$

$$\text{Mean} = 3,26$$

Berdasarkan data di atas, hasil respon siswa dengan rata-rata 3,26 masuk ke dalam kategori “Memenuhi” karena data tersebut masuk ke dalam rentang interval 3,01 – 4,00 sesuai dengan patokan kualifikasi data yang telah ditentukan. Hasil data respon siswa ini membuktikan bahwa aplikasi *Canva* dapat membantu siswa dalam mempelajari dan menyusun teks iklan. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian Garris Pelangi yang berjudul “Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Jenjang Sma/Ma” dalam bab kesimpulannya yang mengatakan bahwa aplikasi *Canva* sangat membantu peserta didik dalam pembelajaran yang berbasis teknologi, kreativitas, keterampilan dan sebagainya.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, pemanfaatan aplikasi *Canva* pada pembelajaran menyusun teks iklan mendapatkan kategori “sangat baik”. Hal tersebut didapatkan dari informasi tentang (1) penerapan

pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* dan (2) data respon siswa atas pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva*. Data-data dari informasi tersebut didapatkan melalui teknik observasi aktivitas guru oleh guru Bahasa Indonesia SMKN 13 Surabaya, tes produk melalui hasil desain iklan siswa, dan respon siswa melalui angket yang diisi siswa. Keefektifan dan efisiensi waktu pembelajaran menyusun teks iklan dan keberhasilan pemanfaatan aplikasi *Canva* dapat dilihat pada bagian penerapan pembelajaran teks iklan.

Hasil penerapan pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* menunjukkan kriteria “Sangat Baik” dengan persentase 91,5. Hasil ini merupakan rata-rata dari hasil observasi aktivitas guru dalam menjalankan sintaks pembelajaran menyusun teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* yang memperoleh hasil 93,75 dengan kriteria “sangat baik” dan hasil tes produk 32 siswa kelas XII DKV 2 dengan nilai tertinggi 92 dan nilai terendah 59 dari segi struktur iklan dan unsur kebahasaannya memperoleh hasil 90 dengan kriteria “sangat baik”.

Untuk memperkuat data di atas, penelitian ini juga menghadirkan data yang didapatkan melalui angket yaitu respon siswa dalam pemanfaatan aplikasi *Canva* pada pembelajaran menyusun teks iklan. Data respon siswa menunjukkan kriteria “Memenuhi” dengan tingkat pencapaian 3,26 berdasarkan patokan pada interval 3,01 – 3,99.

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa pembelajaran teks iklan menggunakan aplikasi *Canva* secara langsung (*direct interuction*) dapat diterapkan dengan baik dan lancar, memotivasi siswa dan meningkatkan pemahaman materi dengan baik.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya yang relevan. Untuk hal tersebut, diajukan saran sebagai berikut.

Berdasarkan aktivitas guru pada pembelajaran teks iklan, pembelajaran akan lebih efektif dan efisien jika pemanfaatan aplikasi *Canva* untuk menciptakan media pembelajaran lebih ditingkatkan. Maka dari itu, guru hendaknya mampu memaksimalkan pemanfaatan semua fitur aplikasi *Canva* untuk membuat media pembelajaran yang menarik dan berbeda terutama pada fitur lainnya. Pada fitur lainnya, terdapat komponen-komponen yang mendukung pembuatan media audio visual yang menarik, seperti fitur audio, video, animasi, dan sebagainya. Dengan demikian, guru dapat menyampaikan materi pembelajaran sekaligus menjelaskan setiap fitur aplikasi *Canva* dengan lebih baik.

Pada aspek tes produk, perlu dilakukan model penilaian produk pembelajaran teks iklan dengan cara lain

untuk membuktikan keobjektifan hasil desain iklan secara lebih detail. Selain itu, aplikasi *Canva* dapat digunakan sebagai media pada pembelajaran Bahasa Indonesia yang lainnya, atau bisa juga pada matapelajaran lainnya.

Berdasarkan hasil respon siswa, guru harus mampu memaparkan materi dengan baik dan benar agar keefektifan aplikasi *Canva* pada pembelajaran teks iklan tidak terkesan kurang baik sehingga respon siswa juga berkurang. Di sisi lain, guru harus mampu menggunakan aplikasi *Canva* dengan baik agar dapat memberi contoh kepada siswa. Hal ini dapat dilakukan satu di antaranya dengan cara guru menunjukkan sebuah desain iklan yang sangat baik dan menarik hasil karyanya menggunakan aplikasi *Canva* kepada siswa.

DAFTAR RUJUKAN

- Adlin, Adlin. 2019. "Analisis Kemampuan Guru Dalam Memanfaatkan Media Berbasis Komputer Pada Pembelajaran Di Sekolah Dasar." *Jurnal Imajinasi* 3(2):30. doi: 10.26858/i.v3i2.12961.
- Adawiyah, A., Hasanah, A., & Munsir, M. F. (2019). *Literasi Visual Melalui Teknologi Canva : Stimulasi Kemampuan Kreativitas BerBahasa Indonesia Mahasiswa*. Proceeding Education Transformation in Facing Industrial Revolution 4.0 , 183.
- Cahyani, Adhetya, Iin Diah Listiana, dan Sari Puteri Deta Larasati. 2020. *Motivasi Belajar Siswa pada Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19*. IQ (Ilmu Al-qur'an): Jurnal Pendidikan Islam, 3(1), 123 – 140.
- De Porter, Bobby dkk. 2010. *Quantum Teaching*. Bandung : Kaifa.
- Fenty Fahminnansih, Endra Rahmawati, Ayoubi Poerna Wardhanie. 2021. *Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Desain Grafis Dan Promosi Produk Pada Sekolah Islami Berbasis Kewirausahaan*: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 2(1), 51—58.
- Haryatmoko. 2020. *Jalan Baru Kepemimpinan & Pendidikan: Jawaban atas Tantangan Disruptif Inovatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, Rhenald. 2018. *The Great Shifting: Series on Disruption*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Penerbit Citra Aditya Bakti.
- Mahsun. 2014. *Teks dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. 2014. *Qualitative Data Analysis (terjemahan)*. Jakarta : UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurgiyantoro, Burhan. 2009. *Penelitian Pengajaran Bahasa*. Yogyakarta: BPFE.
- Pelangi Garis. 2020. *Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Jenjang Sma/Ma*: Jurnal Sasindo Unpam, 8(2), 79—94.
- Puspita Ningrum, RA. 2021. "Penggunaan Media Animasi Berbasis Powtoon Pada Pembelajaran Drama Siswa Kelas VIII SMPN 2 Dlanggu Mojokerto". *Jurnal Bapala* 8(3) : 43 – 45.
- Rahmatullah, Inanna, Andi Tenri Ampa. 2020. *Media Pembelajaran Audio Visual Berbasis Aplikasi Canva*: Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 12(2), 317—325.
- Ramadani, Andi. 2021. *Pemanfaatan Media Sosial Quora Untuk Pembelajaran Menulis Teks Eksplanasi Siswa Kelas Xi*: Jurnal Bapala 8(04), 221—225.
- Roesminingsih, MV. (2017) "Teori dan Praktek Pendidikan". *Lembaga Pengkajian dan Pengembangan Ilmu Pendidikan* : Surabaya.
- Samsiyah, N. 2016. *Pembelajaran Bahasa Indonesia Di SD Kelas Tinggi (pp. 11–14)*. CV. AE Media Grafika.
- Satori Djam'an. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Setiawan, Arif. 2019. *Peran Keterampilan Menulis dalam Meningkatkan Profesionalitas Guru di Era Society 5.0. Prosiding Senasbasa*. Malang: Mei 2019. Hal. 1118 – 1121.
- Sudijono, Anas. 2014. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung. Alfabeta.
- Sukardi. 2016. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suyatno. 2009. *Menjelajah Pembelajaran Inovatif*. Sidoarjo : Masmedia Buana Pustaka.
- Tarigan. 2015. *Menulis sebagai Suatu Keterampilan BerBahasa*. Bandung: Angkasa.
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Yulianti, Y. (2019). "Contextual Teaching Learning Dalam Pembelajaran Ekonomi". *Pinisi Business Administration Review*, 1(2).
- Yusuf, A. M. (2014). *Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.