

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berikut kesimpulan yang dapat ditarik dari rumusan masalah, tujuan penelitian, hasil, dan pembahasan berdasarkan penelitian pengembangan bahan ajar teks persuasif pada berbagai iklan dari media sosial untuk siswa kelas VIII Yayasan Pendidikan Nurul Iman Tanjung Morawa:

1. Penelitian ini berhasil mengembangkan produk berupa bahan ajar teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial. Proses pengembangan teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial dilakukan dengan mengikuti model pengembangan 4D yang terdiri dari empat langkah. Langkah tersebut antara lain yaitu tahap observasi, tahap ini dilakukan untuk mencari kendala yang ada di sekolah khususnya pada nilai teks persuasi siswa kelas VIII melalui penyebaran angket. Lalu peneliti melakukan desain produk, validasi, dan uji coba di lapangan dan produk akhir. Sebelum mengembangkan modul dilakukan penyebaran angket kepada guru dan siswa seputar materi teks persuasi dalam berbagai iklan sudah layak dan memadai atau butuh pengembangan. Kesimpulan yang didapat siswa membutuhkan pengembangan bahan ajar teks persuasi yang mendukung pembelajaran.
2. Kesesuaian bahan ajar yang dihasilkan untuk diuji kelayakan.. Kelayakan diperoleh dengan memvalidasi bahan ajar dengan para ahli yang sesuai dibidangnya. Validasi dilakukan oleh empat validator, dua validator ahli materi dan dua validator ahli desain bahan ajar teks persuasif dalam berbagai iklan dari media sosial, ditentukan dari hasil validasi ahli materi dan ahli desain pembelajaran. Kelayakan isi dan kelayakan desain adalah

dua bagian dari proses penentuan kelayakan materi pendidikan. Validasi produk desain pembelajaran yang telah dirancang dengan baik oleh tim desain pembelajaran, yang memperoleh skor rata-rata 75,62%, menghasilkan hasil validasi modul teks persuasi pada berbagai iklan media sosial yang dikembangkan untuk materi teks persuasi kelas VIII MTs Nurul Iman Tanjung Morawa. Pada Kelayakan materi mendapat skor rata-rata 85,00% yang menginformasikan bahwa materi ajar modul teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial efektif digunakan.

3. Penilaian hasil belajar siswa digunakan untuk mengetahui kemampuan modul teks persuasif dalam berbagai pemasaran media sosial. Hasil diperoleh dengan ujicoba modul yang dilakukan oleh guru kepada siswa dan siswa ditugaskan oleh guru mengerjakan latihan-latihan yang ada di dalam modul. Setelah dievaluasi, siswa mendapatkan perubahan yang signifikan menggunakan modul teks iklan dari berbagai media sosial. Nilai ujian diberikan dalam dua tahap: pretest dan posttest. Sebelum menggunakan modul hasil belajar siswa sebesar 60,88%, dan setelah menggunakan modul teks persuasif dari berbagai iklan media sosial siswa memberikan respon yang baik dengan rata-rata skor 80,90% memenuhi kriteria "sangat baik". Situasi ini menunjukkan bagaimana modul teks persuasif, khususnya, dimaksudkan untuk dimanfaatkan dengan sangat baik dalam pembelajaran bahasa Indonesia di berbagai pemasaran media sosial.

5.2 Implikasi

Berdasarkan simpulan di atas, kelanjutan penelitian pengembangan bertolak ukur pada usaha peningkatan pembelajaran bahasa Indonesia materi teks persuasi. Modul teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial untuk siswa

kelas VIII MTs Nurul Iman tanpa sadar melatih siswa mengerjakan latihan untuk melatih motorik dan kognitif siswa.

Upaya membiasakan siswa memberikan penugasan dengan dimediasi oleh modul teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial yang sudah dikembangkan dan guru dapat menggunakan modul teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial dan dinyatakan layak digunakan oleh validator. Pemilihan modul teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial sudah sesuai SOP karakteristik dan kebutuhan siswa.

Menurut penelitian empiris, standar modul teks persuasif dalam berbagai iklan media sosial mata kuliah bahasa Indonesia mengembangkan kemampuan dan keterampilan motorik siswa melalui penugasan. Hal utama mengenai modul teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial melatih siswa untuk memanfaatkan teknologi ke arah yang positif dan edukatif bahwa perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan dengan baik dan memberikan dampak positif apabila digunakan untuk hal yang positif.

5.3 Saran

Rekomendasi berikut dibuat berdasarkan temuan yang telah dirangkum dalam kesimpulan dari temuan penelitian tentang pembuatan bahan ajar:

1. Pengembangan bahan ajar teks persuasif untuk digunakan dalam berbagai iklan media sosial menawarkan manfaat praktis, terutama untuk pelaksanaan pembelajaran oleh guru yang menggunakan referensi pembelajaran untuk membantu siswa mempelajari mata pelajaran Bahasa Indonesia.
2. Siswa butuh banyak latihan untuk meningkatkan kemahiran dan kemampuan dalam menerima materi teks persuasi mata pelajaran Bahasa Indonesia. Modul teks persuasi yang sudah dikembangkan dapat mentransfer ilmu dan psikomotorik siswa dalam pembelajaran teks persuasi.

3. Bahan ajar teks persuasi dapat dijadikan referensi dan sumber acuan belajar bagi peneliti lainnya untuk mengembangkan bahan ajar dalam teks persuasi yang lebih variatif dan inovatif.

