

## ABSTRAK

**EVA SUSANTI GINTING. NIM 8196192013. Pengembangan Bahan Ajar Teks Persuasi dalam Berbagai Iklan dari Media Sosial Untuk Siswa Kelas VIII MTS Yayasan Perguruan Nurul Iman Tanjung Morawa. Tesis Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Universitas Negeri Medan 2023.**

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan hasil belajar siswa dalam pembelajaran teks persuasi yang dikaitkan dalam berbagai iklan dari media sosial. Penelitian ini menghasilkan produk berbentuk bahan ajar teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian dan pengembangan (*R & D*) Hasil dari penelitian ini yaitu Tahap pengembangan adalah fase studi awal, pengembangan produk awal dan uji coba produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Hasil Penelitian dan pengembangan bahan ajar teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial efektif digunakan serta dapat meningkatkan hasil belajar siswa. 2) Hasil validasi modul teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial yang dikembangkan untuk materi teks persuasi kelas VIII MTs Nurul Iman Tanjung Morawa merupakan hasil validasi tim desain pembelajaran terhadap produk desain pembelajaran yang dirancang sudah baik dengan hasil skor rata-rata sebesar 75,62%. 3) Kelayakan materi mendapat skor rata-rata 85,00% yang menginformasikan bahwa materi ajar modul teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial efektif digunakan. Penelitian ini memiliki implikasi yaitu bahan ajar yang dikembangkan akan memberi sumbangan praktis dalam pelaksanaan proses pembelajaran bagi guru, dan bahan ajar ini dapat digunakan sebagai bahan ajar tambahan untuk memberi kemudahan dalam menyampaikan materi yang diajarkan. Hasil belajar siswa sebelum menggunakan modul adalah 60,88% dan hasil belajar siswa setelah menggunakan modul teks persuasi dari berbagai iklan di media sosial adalah mendapatkan respon baik oleh siswa dengan hasil rata-rata 80,90% dengan kriteria “sangat baik”. perihal ini menunjukkan bahwa modul teks persuasi dalam berbagai iklan dari media sosial yang dirancang sangat efektif digunakan.

**Kata kunci:** :Bahan ajar, Teks persuasi, Iklan media sosial



## ABSTRACT

**EVA SUSANTI GINTING. NIM 8196192013. Development of Persuasive Text Teaching Materials in Various Advertisements from Social Media for Grade VIII Students of MTS NurullmanTanjungMorawa Educational Foundation. Indonesian Language and Literature Education Thesis. Medan State University 2023.**

This research aims to improve student learning outcomes in learning persuasive texts that are linked in various advertisements from social media. This research produces products in the form of persuasive text teaching materials in various advertisements from social media. The research method used is the research and development (R & D) method. The results of this research are the development phase, namely the initial study phase, initial product development and product trials. The development stage is the initial study phase, initial product development and product trials. The results of the study show that 1) Research results and development of persuasive text teaching materials in various advertisements from social media are effectively used and can improve student learning outcomes. 2) The validation results of persuasion text modules in various advertisements from social media developed for persuasive text material for class VIII MTs NurullmanTanjungMorawa are the results of the validation of the learning design team on well-designed learning design products with an average score of 75.62 %. 3) The feasibility of the material gets an average score of 85.00% which informs that the persuasion text module teaching materials in various advertisements from social media are effectively used. This research has implications that the developed teaching materials will make a practical contribution in the implementation of the learning process for teachers, and these teaching materials can be used as additional teaching materials to provide convenience in conveying the material being taught. Student learning outcomes before using the module were 60.88% and student learning outcomes after using persuasive text modules from various advertisements on social media were getting good responses by students with an average result of 80.90% with the "very good" criterion. This matter shows that persuasive text modules in various advertisements from social media are designed to be very effectively.

**Keywords:** *Teaching materials, persuasive text, social media advertising.*