

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB IPENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Bahan Ajar.....	13
2.1.1 Pengertian Bahan Ajar.....	13
2.1.2 Kegunaan Bahan Ajar.....	14
2.1.3 Langkah-langkah Penyusunan Bahan Ajar.....	15
2.1.4 Jenis-jenis Bahan Ajar.....	16
2.2 Teks Persuasi.....	18
2.2.1 Pengertian Teks Persuasi.....	18
2.2.2 Ciri-ciri Teks Persuasi.....	20

2.2.3 Struktur Teks Persuasi.....	22
2.2.4 Kaidah Kebahasaan Teks Persuasi.....	26
2.2.5 Langkah-langkah Menulis Teks Persuasi.....	29
2.3 Pengertian Iklan	30
2.3.1 Fungsi Iklan	33
2.3.2 Tujuan Iklan.....	34
2.3.3 Jenis-Jenis Iklan.....	38
2.4 Media Sosial	39
2.4.1 Karakteristik Media Sosial.....	40
2.4.2 Fungsi Media Sosial.....	41
2.5 Penelitian yang Relevan	42
2.6 Kerangka Konseptual.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	49
3.3.1 Populasi.....	49
3.3.2 Sampel	50
3.4 Prosedur dan Rancangan Penelitian.....	50
3.4.1 Draf Pengembangan Bahan ajar	50
3.5 Rancangan Penelitian	55
3.6 Instrumen dan Teknik Analisis Data.....	59
3.6.1 Instrumen Angket.....	59
3.6.2 Teknik Analisis Data	61
3.6.3 Instrumen Analisis Kebutuhan Siswa.....	63

3.6.4 Instrumen Penilaian Peserta Didik	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Hasil Penelitian	67
4.1.1 Proses Pengembangan Bahan ajar	67
4.1.1.1 Tahap Pendefinisian (<i>define</i>).....	67
4.1.1.2 Tahap Perancangan (<i>Design</i>)	73
4.1.1.3 Tahap Pengembangan (<i>Develop</i>).....	80
4.1.1.4 Tahap Menyebarluaskan (<i>Diseminasi</i>)	81
4.1.2 Kelayakan Materi Ajar Teks Persuasi Dalam Berbagai Iklan Dari Media Sosial	81
4.1.2.1 Data Hasil Validasi Ahli Materi	81
4.1.2.2 Data Hasil Validasi Ahli Desain	88
4.1.2.3 Penilaian Guru Bahasa Indonesia Terhadap Bahan Ajar.	91
4.1.2.4 Data Hasil Respon Siswa Terhadap Modul Teks Persuasi	93
4.1.3 Efektivitas Penggunaan Modul Teks Persuasi Dalam Berbagai Iklan Dari Media Sosial Siswa Kelas VIII Mts Yayasan Perguruan Nurul Iman Tanjung Morawa	95
4.2 Pembahasan Penelitian	97
4.2.1 Proses Pengembangan Bahan Ajar Teks Persuasi dalam Berbagai Iklan di Sosial Media	97
4.2.2 Kelayakan Modul Teks Representasi Persuasi Dalam Berbagai Iklan Di Media Sosial.....	98
4.2.3 Respon Siswa terhadap Modul Representasi Teks Persuasi dalam Berbagai Iklan Di Media Sosial	100

4.3 Keterbatasan Penelitian	101
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	102
5.1 Simpulan	102
5.2 Implikasi	103
5.3 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	111

