

BAB II

LANDASAN TEORETIS

2.1 Landasan Teoretis

2.1.1 Pengembangan Materi Ajar

Pengembangan adalah suatu sistem pembelajaran yang bertujuan untuk membantu proses belajar peserta didik, yang berisi serangkaian peristiwa yang dirancang untuk mempengaruhi dan mendukung terjadinya proses belajar yang bersifat internal atau segala upaya untuk menciptakan kondisi dengan sengaja agar tujuan pembelajaran dapat tercapai (Gagne dan Brings dalam Warsita, 2003: 266).

Pengembangan pembelajaran adalah usaha meningkatkan kualitas proses pembelajaran, baik secara materi maupun metode dan substitusinya. Secara materi, artinya dari aspek bahan ajar yang disesuaikan dengan perkembangan pengetahuan, sedangkan secara metodologis dan substansinya berkaitan dengan pengembangan strategi pembelajaran, baik secara teoritis maupun praktis.

Menurut Widodo dan Jasmadi (Lestari, 2013: 1) Bahan ajar adalah seperangkat atau alat pembelajaran yang berisikan materi pembelajaran, metode pembelajaran, metode, batasan-batasan, dan cara mengevaluasi yang didesain secara sistematis dan menarik dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan yaitu mencapai kompetensi atau subkompetensi dengan segala kompleksitasnya. Bahan atau materi pembelajaran pada dasarnya adalah “isi” dari kurikulum, yakni berupa mata pelajaran atau bidang studi dengan topik/subtopi dan rinciannya (Rahmat, 2011:152). Sejalan dengan hal tersebut Magdalena, dkk (2020: 312) dalam penelitiannya mengatakan bahwa Bahan ajar dapat juga diartikan sebagai

segala bentuk bahan yang disusun secara sistematis yang memungkinkan peserta didik dapat belajar secara mandiri dan dirancang sesuai dengan kurikulum yang berlaku.

Materi Pelajaran atau Materi Ajar merupakan salah satu bentuk bahan ajar yang sangat berperan dalam proses pembelajaran dan digunakan guru/instruktur untuk membantu dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar di kelas. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Sabarudin (2018:8) yang mengatakan Materi pembelajaran merupakan informasi, alat dan teks yang diperlukan guru/instruktur untuk perencanaan dan penelaahan implementasi pembelajaran.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan materi ajar merupakan bahan pembelajaran yang dirancang dengan sengaja untuk meningkatkan kualitas pembelajaran atau kegiatan belajar yang berisikan materi pembelajaran untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

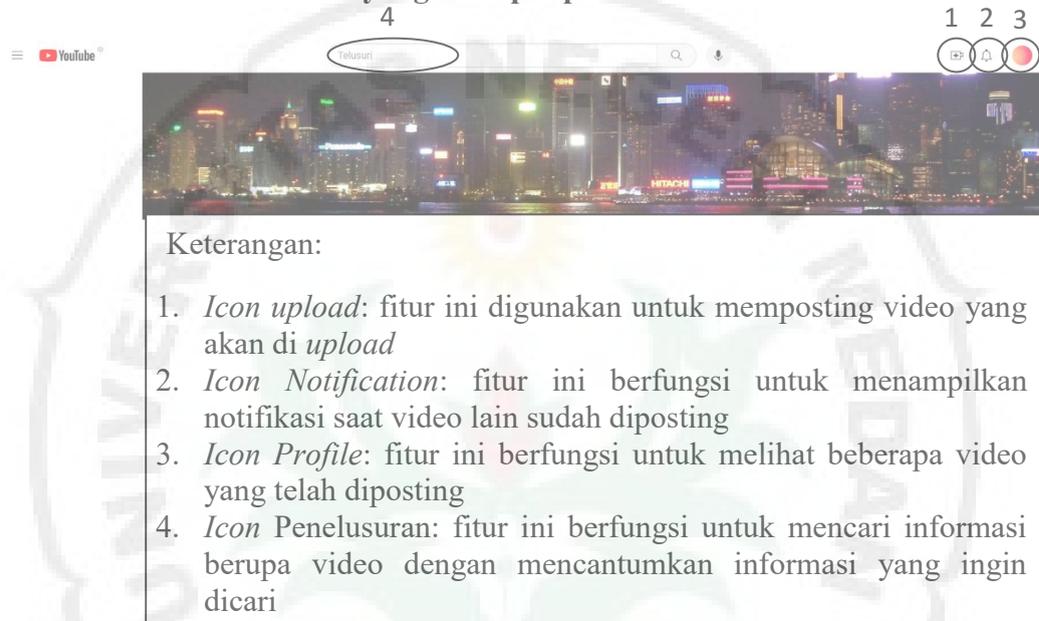
2.1.2 Youtube

2.1.2.1 Mengenal aplikasi Youtube

Youtube merupakan perusahaan yang menggumpulkan koleksi pengguna dalam membuat konten, memuat ribuan film pendek, video pembelajaran, video orisinal pendek, blog video dan sebagainya. Aplikasi ini didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen (CTO mantan) dan Chad Hurley (mantan CEO). Aplikasi ini banyak digunakan karena dapat memudahkan mencari informasi yang dibutuhkan dalam bentuk video. Kebanyakan konten di Youtube diunggah individu, meskipun beberapa perusahaan media seperti CBS, BBC, Kompas, dan sebagainya yang sudah mengunggah material mereka ke situs ini sebagai bagian dari program

kemitraan Youtube. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas.

2.1.2.2 Fitur yang terdapat pada Youtube



Gambar 2.1 Fitur yang terdapat pada Youtube

2.1.2.3 Penggunaan Youtube sebagai media pembelajaran bahasa Indonesia

Youtube merupakan sebuah platform teknologi komputer yang berbasis website dan mobile devices. *Youtube* sebagai sebuah platform menawarkan fitur teknologi kepada para pengguna untuk dapat menggunakan dan memanfaatkan secara gratis dan terbuka dalam kepentingan menemukan informasi berupa video. *Youtube* merupakan media yang efektif digunakan sebagai media pembelajaran bahasa Indonesia dalam materi teks persuasi. Hal ini dikarenakan aplikasi *youtube* memiliki kelebihan-kelebihan yang menunjang guru dan informan dalam menyampaikan informasi pendidikan khususnya di bidang bahasa Indonesia.

Adapun aplikasi *youtube* memiliki kelebihan dan kekurangan, sebagai berikut:

- a. Kelebihan *Youtube* sebagai alat bantu dalam media pembelajaran
 - i. Situs *youtube* disediakan secara gratis
 - ii. *Youtube* dapat diakses melalui *gadget* seperti *tablet*, *hanphone* dan juga melalui perangkat elektronik seperti komputer, *notebook*, *laptop* dengan bantuan internet.
 - iii. *Youtube* dapat diakses kapan saja tanpa dibatasi waktu
 - iv. Terdapat fitur *upload* sehingga guru dapat meng-*upload* materi pembelajaran bahasa Indonesia untuk digunakan oleh peserta didik sebagai bahan belajar.
 - v. Terdapat fitur *share* yang dapat digunakan oleh guru untuk membagikan materi ajar berupa video lewat posting video yang sudah di *upload* di *youtube*, sehingga peserta didik dapat melihat atau memperhatikan secara langsung melalui video yang sudah di *upload* di *youtube*.
 - vi. Terdapat fitur komentar sehingga peserta didik dapat bertanya mengenai video yang telah di *upload* sehingga pemahaman terhadap materi tersebut dapat dipahami lebih lagi yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun mereka berada.
- b. Kekurangan *Youtube* sebagai alat bantu dalam media pembelajaran
 - i. Terdapat 3 peserta didik tidak mempunyai *device* yang digunakan untuk mengakses situs *youtube*, sehingga proses pembelajaran menjadi terhambat. Peserta didik yang tidak memiliki *device* dalam mengakses

situs youtube, diberi akses untuk meminjam laptop atau *handphone* peneliti. Hal ini hanya digunakan saat proses kegiatan belajar dimulai setelah itu dikembalikan.

- ii. Bagi peserta didik yang memiliki alat untuk mengakses situs youtube tentunya membutuhkan internet, maka diperlukan biaya dalam membeli paket internet dari masing-masing *sim card provider* karena sekolah tidak menyediakan jaringan internet berupa *wifi*

2.1.3 Teks Persuasi

2.1.3.1 Pengertian Teks Persuasi

Persuasi berasal dari bahasa latin *persuadere* yang berarti meyakinkan seseorang; *persuatio* berarti keyakinan; bujukan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persuasi adalah ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkan; bujukan halus.

Sejalan dengan hal tersebut, menurut Agustinalia (2022:55) persuasi atau persuasif berarti mengajak, menyuruh, atau membujuk. Teks persuasi adalah teks yang berisi ajakan, imbauan, atau bujukan yang bertujuan supaya pembaca melakukan sesuatu sesuai dengan yang dikehendaki oleh penulis. Teks persuasi biasanya digunakan sebagai slogan, propaganda, promosi dalam brosur dan iklan di berbagai media.

Menurut Syamsuddin (Setyaningsih, 2018) teks persuasi adalah teks yang berusaha untuk merebut perhatian pembaca. Teks persuasi disajikan secara menarik, meyakinkan pembaca bahwa pengalaman yang disiratkan itu merupakan

suatu peristiwa penting. Biasanya paragraf persuasi digunakan sebagai paragraf propaganda oleh lembaga kesehatan, pemerintah, dan organisasi lain.

Dari pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa teks persuasi merupakan teks yang berisikan kalimat ajakan atau bujukan dibuat secara menarik yang mengacu pada ungkapan pikiran manusia dengan tujuan untuk memengaruhi orang dalam mengikuti pesan-pesan yang disampaikan.

2.1.3.2 Tujuan Teks Persuasi

Dalam teks persuasi, pendirian seseorang dapat diubah dengan tujuan untuk mencapai persetujuan atau kesesuaian penulis dengan pembaca menerima keinginan penulis. Kepercayaan pembaca harus dibangun melalui pengungkapan ide, gagasan, pendapat, dan fakta. Persuasi harus dapat menciptakan kesepakatan atau penyesuaian melalui kepercayaan antara penulis dengan pembaca. Kesepakatan tersebut bertujuan agar terhindar dari konflik atau permasalahan yang dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan pembaca terhadap peristiwa yang dipersuasikan. Persuasi memerlukan fakta dan data untuk membuktikan kebenaran pendapat pengarang sehingga tercipta keyakinan dan kepercayaan pada diri pembaca (Setyaningsih, 2018).

Menurut Keraf, dalam argumentasi dan Narasi (2007) menyatakan bahwa teks persuasi bertujuan membujuk pembaca agar mau mengikuti kemauan atau ide penulis disertai alasan bukti contoh konkret. Dalam teks persuasi, pendirian seseorang dapat diubah dengan tujuan untuk mencapai persetujuan atau kesesuaian penulis dengan pembaca sehingga pembaca menerima keinginan penulis. Kepercayaan pembaca harus dibangun melalui penungkapan ide, gagasan,

pendapat, dan fakta. Sedangkan dalam pendapatnya Tabelessy (2019:44) dan Suryani dkk. (2014:2) bahwa Teks persuasi merupakan sebuah teks yang bertujuan untuk mengajak, menyuruh, atau membujuk pembacanya melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang disampaikan oleh penulis.

2.1.3.3 Ciri-ciri Menulis Teks Persuasi

Ciri utama teks persuasi adalah menarik, meyakinkan, dan merebut perhatian pembaca. Agar lebih jelas, adapun ciri-ciri teks persuasi menurut Agustialina (2022: 56) sebagai berikut.

- a. Isi teks mengandung bukti berupa data dan fakta sebagai penguat argumentasi.
- b. Menggunakan bahasa yang menarik, supaya pembaca antusias dan yakin dalam melakukan sesuatu yang disampaikan oleh penulis.
- c. Menciptakan kesepakatan melalui kepercayaan penulis dengan pembaca.
- d. Menghindari konflik dan meyakinkan pembaca agar kepercayaan tidak hilang dan tujuan tercapai.
- e. Menggunakan kalimat ajakan yang didalamnya terdapat kata, *ayo, mari, sebaiknya, lakukanlah*, dan sebagainya.

2.1.3.4 Jenis Teks Persuasi

Munirah (2015:184) terdapat empat jenis persuasi, diantaranya:

- a. Persuasi Politik

Sesuai dengan namanya, persuasi politik dipakai dalam bidang politik oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang politik dan kenegaraan. Para ahli politik dan

kenegaraan sering menggunakan persuasi jenis ini untuk keperluan politik dan negaranya.

b. Persuasi Pendidikan

Persuasi pendidikan dipakai oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang pendidikan dan digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan pendidikan. Seorang guru, misalnya, bisa menggunakan persuasi ini untuk mempengaruhi anak supaya mereka giat belajar, senang membaca dan lain-lain.

c. Persuasi Advertensi/Iklan

Persuasi iklan dimanfaatkan terutama dalam dunia usaha untuk memperkenalkan suatu barang atau bentuk jasa tertentu. Lewat persuasi iklan ini diharapkan pembaca atau pendengar menjadi kenal, senang ingin memiliki, berusaha untuk memiliki barang atau memakai jasa yang ditawarkan.

d. Persuasi Propaganda

Objek yang disampaikan dalam persuasi propaganda adalah informasi. Tentunya tujuan persuasi tidak hanya berhenti pada penyebaran informasi saja. Lebih dari itu, dengan informasi diharapkan pembaca atau pendengar mau dan sadar untuk berbuat sesuatu.

Dari uraian di atas, terdapat empat jenis dalam teks persuasi. Pertama, persuasi politik yang dimana biasanya digunakan oleh orang-orang yang berpolitik. Kedua, persuasi pendidikan yang digunakan oleh orang-orang yang berada di dunia pendidikan. Ketiga, persuasi advertensi atau iklan digunakan untuk memperkenalkan sebuah usaha. Keempat, persuasi propaganda yang biasanya berisikan sebuah informasi.

2.1.3.5 Struktur Teks Persuasi

Dalam sebuah teks tentunya memiliki struktur teks. Struktur teks persuasi terdiri atas empat bagian. Keempat struktur tersebut ialah sebagai berikut.

- a. Pengenalan isu, bagian ini berisi pengantar
- b. Rangkuman argument, yakni berupa sejumlah pendapat penulis/pembicara terkait dengan isu yang dikemukakan pada bagian sebelumnya. Pada bagian ini dikemukakan pula sejumlah fakta yang memperkuat argument-argumennya itu.
- c. Pernyataan ajakan, yakni sebagai inti dari teks persuasi yang di dalamnya dinyatakan dorongan kepada pembaca atau pendengarnya untuk melakukan sesuatu. Pernyataan ini mungkin disampaikan secara tersurat ataupun tersirat. Adapun kehadiran argument berfungsi untuk mengarahkan dan memperkuat ajakan-ajakan itu.

- d. Penegasan kembali atas pernyataan-pernyataan sebelumnya, yang biasanya ditandai oleh ungkapan-ungkapan seperti demikianlah, dengan demikian, oleh karena itulah.

2.1.3.6 Bentuk Teks Persuasi

Teks persuasi memiliki beberapa jenis, maksud dengan digolongkan menjadi beberapa jenis yaitu supaya tepat sasaran pada saat penyampaiannya. Setyaningsih (2018) membagi bentuk teks persuasi sebagai berikut.

- a. Bentuk lisan/pidato, misalnya propaganda, kampanye lisan, dan penjual jamu di tempat-tempat terbuka.
- b. Bentuk tulisan berupa iklan dan selebaran
- c. Bentuk elektronik, misalnya iklan di televisi, bioskop, dan internet.

2.1.3.7 Kaidah Kebahasaan Teks Persuasi

Setiap menulis pasti tidak terlepas dari kaidah-kaidah yang sudah ditentukan. Menulis teks persuasi pun tidak luput dari kaidah yang harus menjadi rujukan dalam menulis. Kaidah kebahasaan adalah aturan atau ketentuan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan bahasa atau cara kebahasaan. Secara umum aspek kebahasaan teks persuasi mengandung pernyataan yang bersifat ajakan, dorongan, dan bujukan. Mulyadi (2016: 224) menjelaskan kaidah kebahasaan adalah sebagai berikut.

- a. Pernyataan yang bersifat bujukan ditandai dengan kata harus, seandainya, sebaiknya, hendaknya, dan kata kerja imperatif.
- b. Adanya penggunaan kata ganti 'kita' yang bertujuan agar penulis seolah-olah mewakili keinginan pembicara.

- c. Penggunaan kata teknis atau istilah yang berkenaan dengan topik yang dibahas.
- d. Adanya penggunaan kata penghubung yang argumentatif. Misalnya, jika, maka, sebab, karena, dengan demikian, akibatnya, oleh karena itu.
- e. Penggunaan kata kerja mental, seperti diharapkan, memprihatinkan, mengagumkan, berpendapat, dan menyimpulkan.
- f. Untuk meyakinkan dan memperkuat bujukan yang telah dibahas sebelumnya, penulis menggunakan kata-kata perujukan. Misalnya berdasarkan pada..., merujuk pada pendapat....

Sejalan dengan pendapat Kosasih dan Kurniawan (2018: 147–148) menuturkan ada lima petunjuk yang dipedomani pada saat menulis teks persuasi, yang diantaranya.

- a. Teks persuasi ditandai dengan kata-kata harus, hendaknya, sebaiknya, usahakanlah, jangan, hindarilah, dan sejenisnya. Selain itu, juga sering ditandai dengan menggunakan kata penting, harus, sepantasnya, dan kata kerja imperatif jadikanlah.
- b. Menggunakan kata-kata teknis atau peristilahan yang berkenaan dengan topik yang dibahas.
- c. Menggunakan kata-kata penghubung yang argumentatif. Misalnya, jika... maka, sebab, karena, dengan demikian, akibatnya, oleh karena itu.
- d. Menggunakan kata-kata kerja mental, seperti diharapkan, memprihatinkan, memperkirakan, mengagumkan, menduga, berpendapat, berasumsi, menyimpulkan.

- e. Menggunakan kata-kata rujukan, seperti berdasarkan data., merujuk pada pendapat...

2.1.3.8 Langkah-langkah Menyusun Teks Persuasi

Sesuai dengan tujuan penulisan teks persuasi guna mempengaruhi orang lain, maka kalimat yang digunakan dalam penulis teks persuasi bersifat membujuk. Menurut suparno dan Yunus (Dalman, 2014: 150) ada beberapa syarat dalam menyusun karangan persuasi sebagai berikut:

- a. Menemukan tema dan topik karangan terlebih dahulu.
- b. Menentukan tujuan mendasar masalah yang diceritakan.
- c. Mengumpulkan data yang dapat mendukung keseluruhan cerita yang diperoleh dari pengamatan sekitar.
- d. Membuat kerangka karangan yang disusun berdasarkan urutan peristiwa, waktu, dan sebab akibat.
- e. Mengembangkan kerangka karangan menjadi karangan yang menarik.
- f. Membuat judul karangan.