

**ANALISIS KEBUTUHAN TERHADAP PENGEMBANGAN BAHAN AJAR
DIGITAL INTERAKTIF PADA PEMBELAJARAN TEKS IKLAN DI KELAS VIII
MTS AL HAYATUL ISLAMIYAH**

Elmaya Faradina Maylafaiza¹, Helmi Wicaksono², Itznaniyah Umie Murniatie³

elmayaf@gmail.com , helmiwicaksono@unisma.ac.id , itznaniyahmurniatie@unisma.ac.id

(Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Unisma)

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hasil analisis kebutuhan terhadap pengembangan bahan ajar digital interaktif dalam pembelajaran teks iklan di MTs Al Hayatul Islamiyah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan subjek penelitian sebanyak 10 peserta didik kelas VIII yang dipilih secara purposive. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket analisis kebutuhan yang memuat aspek kondisi pembelajaran, penggunaan media, kesulitan belajar, serta kebutuhan terhadap bahan ajar digital interaktif. Analisis kebutuhan merupakan tahap awal yang penting dalam penelitian pengembangan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara kondisi aktual dan kondisi ideal pembelajaran (Sugiyono, 2016). Data dianalisis secara deskriptif dengan menginterpretasikan persentase respons peserta didik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran teks iklan masih didominasi metode konvensional berbasis buku paket dan ceramah, sehingga peserta didik cenderung pasif dan kurang terlibat secara kreatif. Sebagian besar peserta didik menyatakan membutuhkan bahan ajar digital interaktif yang dilengkapi visual menarik, navigasi aktif, latihan berbasis kuis digital, serta dukungan narasi audio. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan bahan ajar digital interaktif menjadi kebutuhan yang relevan untuk meningkatkan keterlibatan, motivasi, dan literasi digital peserta didik di lingkungan madrasah.

Kata Kunci: analisis kebutuhan, bahan ajar digital interaktif, teks iklan, pembelajaran Bahasa Indonesia

PENDAHULUAN

Pendidikan pada abad ke-21 menuntut terjadinya transformasi dalam sistem pembelajaran yang mampu mengintegrasikan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara adaptif dan kontekstual. Perubahan ini tidak hanya berkaitan dengan

penggunaan perangkat digital, tetapi juga menyangkut pergeseran paradigma dari pembelajaran yang berpusat pada guru menuju pembelajaran yang berpusat pada peserta didik. Dalam konteks tersebut, integrasi teknologi menjadi salah satu indikator penting dalam meningkatkan kualitas proses dan hasil belajar.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong lahirnya berbagai inovasi media pembelajaran yang lebih interaktif, fleksibel, dan multimodal. Pembelajaran berbasis digital memungkinkan penyajian materi dalam bentuk teks, audio, visual, animasi, serta kuis interaktif yang dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan peserta didik. Menurut teori pembelajaran multimedia yang dikemukakan oleh Mayer (2009), kombinasi elemen visual dan verbal secara simultan mampu memperkuat proses pemahaman dan retensi informasi.

Dalam konteks pembelajaran Bahasa Indonesia, pemanfaatan teknologi digital memiliki peran strategis dalam meningkatkan kemampuan literasi peserta didik. Literasi tidak lagi dimaknai sebatas kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup literasi digital yang menuntut kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memproduksi informasi berbasis teknologi. Oleh karena itu, inovasi bahan ajar menjadi kebutuhan mendesak dalam mendukung kompetensi tersebut.

Salah satu materi yang diajarkan pada jenjang SMP/MTs kelas VIII adalah teks iklan. Materi ini tidak hanya menekankan pada aspek kebahasaan, tetapi juga menuntut kemampuan berpikir kreatif, persuasif, dan komunikatif. Teks iklan mengajarkan peserta didik untuk memahami struktur, kaidah kebahasaan, serta strategi penyampaian pesan yang efektif dan menarik.

Pembelajaran teks iklan secara ideal seharusnya memberikan ruang eksplorasi, praktik kreatif, serta penggunaan media yang relevan dengan kehidupan peserta didik. Namun, dalam praktiknya, pembelajaran masih sering berlangsung secara konvensional dengan mengandalkan buku paket dan metode ceramah. Kondisi ini berpotensi menghambat keterlibatan aktif peserta didik dalam proses pembelajaran.

Pembelajaran yang didominasi metode ceramah cenderung menempatkan peserta didik sebagai penerima informasi pasif. Padahal, teori konstruktivisme menekankan bahwa pengetahuan dibangun secara aktif melalui pengalaman belajar yang bermakna. Ketika peserta didik tidak dilibatkan secara interaktif, maka potensi kreativitas dan daya pikir kritisnya tidak berkembang secara optimal.

Berdasarkan kondisi empiris di MTs Al Hayatul Islamiyah, pembelajaran teks iklan masih menggunakan bahan ajar cetak sebagai sumber utama. Penggunaan media digital interaktif belum dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini berdampak pada rendahnya variasi aktivitas pembelajaran dan kurangnya stimulus visual maupun audiovisual yang dapat mendukung pemahaman peserta didik.

Analisis kebutuhan menjadi langkah awal yang esensial sebelum merancang atau mengembangkan suatu produk pembelajaran. Analisis kebutuhan bertujuan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara kondisi aktual dengan kondisi yang diharapkan dalam proses pembelajaran (Sugiyono, 2016). Dengan demikian, pengembangan bahan ajar tidak dilakukan berdasarkan asumsi, melainkan berdasarkan data faktual.

Dalam perspektif pengembangan bahan ajar, kebutuhan peserta didik merupakan dasar utama dalam menentukan karakteristik produk yang akan dirancang. Tomlinson (2011) menyatakan bahwa bahan ajar yang efektif harus relevan dengan kebutuhan, minat, dan konteks belajar peserta didik. Oleh karena itu, identifikasi kebutuhan menjadi prasyarat penting dalam memastikan kebermanfaatan bahan ajar.

Bahan ajar digital interaktif didefinisikan sebagai materi pembelajaran berbasis teknologi yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara pengguna dan sistem. Interaktivitas dapat diwujudkan melalui navigasi aktif, kuis langsung, umpan balik otomatis, serta integrasi media audiovisual. Karakteristik ini menjadikan bahan ajar digital lebih adaptif dibandingkan bahan ajar cetak konvensional.

Penggunaan bahan ajar digital interaktif dalam pembelajaran Bahasa Indonesia berpotensi meningkatkan motivasi belajar peserta didik. Media yang menarik secara visual dapat menstimulasi perhatian dan rasa ingin tahu. Selain itu, fitur latihan interaktif memungkinkan peserta didik memperoleh umpan balik secara langsung terhadap pemahamannya.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan media pembelajaran digital dapat meningkatkan keterlibatan dan hasil belajar peserta didik. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa integrasi teknologi yang dirancang secara sistematis mampu menciptakan suasana belajar yang lebih partisipatif dan bermakna.

Meskipun demikian, tidak semua inovasi digital dapat diterapkan tanpa mempertimbangkan kondisi dan kesiapan lingkungan sekolah. Ketersediaan sarana,

kompetensi guru, serta kesiapan peserta didik menjadi faktor penting yang perlu dianalisis secara komprehensif sebelum dilakukan pengembangan produk pembelajaran.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat adanya kesenjangan antara kondisi pembelajaran teks iklan yang masih konvensional dengan tuntutan pembelajaran abad ke-21 yang berbasis teknologi dan interaktif. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam melalui analisis kebutuhan guna memperoleh gambaran empiris mengenai urgensi pengembangan bahan ajar digital interaktif di MTs Al Hayatul Islamiyah.

Dengan demikian, penelitian ini difokuskan pada satu rumusan masalah, yaitu: *Bagaimana hasil analisis kebutuhan terhadap pengembangan bahan ajar digital interaktif dalam pembelajaran teks iklan di MTs Al Hayatul Islamiyah?* Rumusan masalah ini menjadi dasar dalam mengidentifikasi kebutuhan riil peserta didik sebagai pijakan awal pengembangan bahan ajar yang relevan dan kontekstual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada penggambaran secara mendalam mengenai hasil analisis kebutuhan terhadap pengembangan bahan ajar digital interaktif dalam pembelajaran teks iklan. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk memahami fenomena secara kontekstual berdasarkan data empiris yang diperoleh di lapangan (Moleong, 2017).

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan data secara komprehensif tanpa melakukan manipulasi variabel. Penelitian ini tidak bertujuan menguji hipotesis, melainkan mendeskripsikan kondisi aktual pembelajaran serta kebutuhan peserta didik sebagai dasar pertimbangan pengembangan bahan ajar. Dengan demikian, penelitian lebih menekankan pada makna dan interpretasi terhadap data yang diperoleh.

Lokasi penelitian dilaksanakan di MTs Al Hayatul Islamiyah. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa sekolah tersebut menjadi tempat implementasi pembelajaran teks iklan pada kelas VIII serta belum tersedianya bahan ajar digital interaktif yang terstruktur dan sistematis dalam mendukung pembelajaran materi tersebut.

Subjek penelitian adalah 10 peserta didik kelas VIII yang dipilih secara purposive. Teknik purposive sampling digunakan karena subjek dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu keterlibatan langsung dalam pembelajaran teks iklan. Teknik ini sesuai dengan

karakteristik penelitian kualitatif yang mengutamakan kedalaman data dibandingkan jumlah responden (Sugiyono, 2016)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket analisis kebutuhan. Angket disusun untuk menggali informasi mengenai kondisi pembelajaran, penggunaan media yang selama ini diterapkan, kesulitan yang dialami peserta didik dalam memahami teks iklan, serta kebutuhan terhadap bahan ajar digital interaktif. Instrumen angket dirancang dalam bentuk pertanyaan tertutup dan terbuka agar memperoleh data yang lebih variatif.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator analisis kebutuhan yang meliputi aspek kebutuhan materi, kebutuhan media, kebutuhan interaktivitas, serta kebutuhan evaluasi pembelajaran. Penyusunan instrumen mengacu pada konsep analisis kebutuhan dalam penelitian pendidikan yang menekankan identifikasi kesenjangan antara kondisi nyata dan kondisi ideal pembelajaran.

Prosedur penelitian diawali dengan tahap persiapan, yaitu penyusunan instrumen angket dan validasi isi secara konseptual. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan pengumpulan data dengan membagikan angket kepada peserta didik. Setelah data terkumpul, dilakukan pengelompokan dan pengolahan data sesuai dengan indikator yang telah ditentukan.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif. Data hasil angket diolah dengan menghitung persentase respons peserta didik pada setiap indikator kebutuhan. Persentase tersebut kemudian diinterpretasikan untuk memperoleh gambaran tingkat kebutuhan terhadap bahan ajar digital interaktif. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan kecenderungan jawaban responden secara sistematis.

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui ketelitian dalam penyusunan instrumen dan konsistensi interpretasi data. Selain itu, data dianalisis secara transparan berdasarkan hasil respons peserta didik tanpa manipulasi. Prinsip kredibilitas dalam penelitian kualitatif menjadi landasan dalam memastikan bahwa hasil penelitian mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

Tahapan akhir penelitian adalah penarikan simpulan berdasarkan hasil analisis kebutuhan yang telah diperoleh. Simpulan disusun dengan merujuk langsung pada rumusan masalah penelitian, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai urgensi dan

karakteristik kebutuhan pengembangan bahan ajar digital interaktif dalam pembelajaran teks iklan di MTs Al Hayatul Islamiyah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis kebutuhan diperoleh melalui penyebaran angket kepada 10 peserta didik kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah. Angket tersebut memuat beberapa indikator yang mencakup kondisi pembelajaran, penggunaan media, kesulitan dalam memahami teks iklan, serta kebutuhan terhadap bahan ajar digital interaktif. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan menginterpretasikan persentase jawaban responden pada setiap indikator.

Berdasarkan hasil angket, diketahui bahwa pembelajaran teks iklan selama ini masih mengandalkan buku paket sebagai sumber utama pembelajaran. Sebagian besar peserta didik menyatakan bahwa guru lebih sering menggunakan metode ceramah dan penugasan tertulis. Kondisi ini menunjukkan bahwa variasi media pembelajaran masih terbatas dan belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital.

Tabel 1.1 Analisis Kebutuhan

No	Pernyataan	Skor total	Persentase	Kategori
1	Mebutuhkan bahan ajar tampilan menarik	40	100%	Sangat Tinggi
2	Memahami materi lebih mudah dengan media digital	34	85%	Sangat Tinggi
3	Tertarik belajar dengan gambar dan audio	38	95%	Sangat Tinggi
4	Masih kesulitan memahami unsur teks iklan	35	87,5%	Sangat Tinggi
5	Mebutuhkan bahan ajar mandiri dan interaktif	35	87,5%	Sangat Tinggi

Data angket menunjukkan bahwa seluruh peserta didik (100%) membutuhkan bahan ajar dengan tampilan menarik, 85% menyatakan media digital membantu memahami materi, 95% tertarik belajar melalui gambar dan audio, serta 87,5% peserta didik masih mengalami kesulitan memahami unsur teks iklan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa bahan ajar yang digunakan sebelumnya belum sepenuhnya sesuai dengan karakteristik belajar peserta didik.

Dari aspek pemahaman materi, beberapa peserta didik mengungkapkan bahwa mereka mengalami kesulitan dalam membedakan struktur teks iklan dan kaidah kebahasaan yang digunakan. Kesulitan tersebut terutama muncul pada bagian menentukan kalimat persuasif dan unsur daya tarik iklan. Hal ini menunjukkan perlunya media pembelajaran yang mampu menyajikan contoh konkret secara visual dan kontekstual.

Pada indikator kebutuhan media, mayoritas peserta didik menyatakan lebih tertarik pada pembelajaran yang menggunakan tampilan visual menarik, seperti gambar, warna, dan ilustrasi. Peserta didik juga mengungkapkan bahwa pembelajaran berbasis tampilan digital membuat mereka lebih fokus dan tidak mudah bosan dibandingkan dengan membaca teks panjang pada buku cetak.

Selanjutnya, pada indikator interaktivitas, peserta didik menyatakan kebutuhan terhadap fitur kuis atau latihan soal yang dapat memberikan umpan balik langsung. Mereka menginginkan adanya sistem yang memungkinkan mengetahui hasil jawaban secara otomatis. Hal ini menunjukkan bahwa peserta didik membutuhkan pengalaman belajar yang responsif dan partisipatif.

Pada aspek audio dan multimedia, sebagian besar peserta didik menyatakan bahwa mereka lebih mudah memahami materi apabila disertai dengan penjelasan suara atau video singkat. Integrasi unsur audiovisual dinilai dapat membantu memperjelas konsep dan mengurangi kejenuhan dalam pembelajaran.

Dari sisi motivasi belajar, peserta didik menyatakan bahwa penggunaan bahan ajar digital interaktif berpotensi meningkatkan semangat belajar mereka. Media yang dinamis dan tidak monoton dianggap lebih sesuai dengan karakteristik generasi digital saat ini. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan antara inovasi media dengan peningkatan motivasi belajar.

Secara keseluruhan, hasil analisis kebutuhan menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi pembelajaran saat ini dengan harapan peserta didik terhadap pembelajaran yang lebih interaktif dan berbasis teknologi. Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan bahan ajar digital interaktif bukan sekadar inovasi tambahan, melainkan kebutuhan riil dalam mendukung pembelajaran teks iklan di MTs Al Hayatul Islamiyah.

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep analisis kebutuhan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016), bahwa analisis kebutuhan bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan

dan potensi yang ada sebelum dilakukan pengembangan produk pendidikan. Kesenjangan antara pembelajaran konvensional dan kebutuhan peserta didik menjadi dasar rasional perlunya inovasi bahan ajar.

Dominasi metode ceramah dan penggunaan buku paket sebagai sumber utama pembelajaran menunjukkan bahwa proses pembelajaran masih berorientasi pada penyampaian informasi. Padahal, teori konstruktivisme menekankan pentingnya keterlibatan aktif peserta didik dalam membangun pengetahuan melalui interaksi dan pengalaman belajar yang bermakna.

Kebutuhan terhadap visual menarik dan fitur interaktif menunjukkan bahwa peserta didik memiliki preferensi terhadap pembelajaran multimodal. Hal ini relevan dengan teori pembelajaran multimedia Mayer (2009) yang menyatakan bahwa kombinasi teks, gambar, dan audio dapat meningkatkan efektivitas pemahaman konsep.

Kesulitan peserta didik dalam memahami struktur dan kaidah kebahasaan teks iklan menunjukkan perlunya penyajian materi yang lebih kontekstual dan aplikatif. Bahan ajar digital interaktif memungkinkan penyajian contoh iklan secara autentik disertai penjelasan terstruktur, sehingga membantu peserta didik memahami konsep secara lebih konkret.

Kebutuhan terhadap kuis interaktif dengan umpan balik otomatis mencerminkan keinginan peserta didik untuk memperoleh evaluasi yang cepat dan akurat. Umpan balik langsung berfungsi sebagai penguatan dalam proses belajar serta membantu peserta didik mengidentifikasi kesalahan secara mandiri

Integrasi audio dan video dalam bahan ajar digital juga mendukung prinsip diferensiasi gaya belajar. Peserta didik dengan preferensi belajar auditori dan visual dapat memperoleh pengalaman belajar yang lebih sesuai dengan karakteristiknya.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa inovasi bahan ajar digital interaktif dapat menjadi sarana untuk meningkatkan literasi digital peserta didik. Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan perangkat, tetapi juga kemampuan memahami dan memproduksi informasi berbasis media digital.

Jika dikaitkan dengan penelitian terdahulu mengenai pengembangan media pembelajaran digital, hasil analisis kebutuhan ini memperkuat temuan bahwa media interaktif

mampu meningkatkan motivasi dan keterlibatan peserta didik. Dengan demikian, kebutuhan yang teridentifikasi dalam penelitian ini memiliki dasar empiris dan teoretis yang kuat.

Dalam konteks madrasah, pengembangan bahan ajar digital interaktif juga harus mempertimbangkan nilai-nilai edukatif dan karakter. Materi teks iklan dapat disajikan dengan contoh yang relevan dan mendidik, sehingga tidak hanya meningkatkan keterampilan berbahasa, tetapi juga membangun sikap kritis terhadap pesan persuasif.

Secara sintesis, hasil analisis kebutuhan menunjukkan bahwa pengembangan bahan ajar digital interaktif dalam pembelajaran teks iklan merupakan langkah strategis untuk menjawab tantangan pembelajaran abad ke-21. Kebutuhan tersebut mencakup aspek visual, interaktivitas, multimedia, serta evaluasi berbasis digital yang terintegrasi secara sistematis.

Hasil analisis kebutuhan yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa pengembangan bahan ajar digital interaktif tidak hanya bersifat inovatif, tetapi juga strategis dalam menjawab tantangan pembelajaran abad ke-21. Implikasi pedagogis dari temuan ini adalah perlunya pergeseran pendekatan pembelajaran menuju model yang lebih partisipatif dan berbasis teknologi. Guru tidak lagi berperan sebagai satu-satunya sumber informasi, melainkan sebagai fasilitator yang mengarahkan peserta didik dalam mengeksplorasi materi melalui media yang variatif dan interaktif.

Dari sisi pengembangan bahan ajar, hasil analisis kebutuhan memberikan gambaran rinci mengenai karakteristik produk yang diharapkan. Bahan ajar digital interaktif yang akan dikembangkan hendaknya memuat unsur visual yang menarik, navigasi yang mudah digunakan, latihan interaktif dengan umpan balik otomatis, serta integrasi audio atau video penjelasan. Prinsip ini sejalan dengan konsep pengembangan bahan ajar yang efektif sebagaimana dikemukakan oleh Tomlinson (2011), bahwa materi pembelajaran harus relevan, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan peserta didik.

Implikasi lain yang dapat diidentifikasi adalah pentingnya integrasi literasi digital dalam pembelajaran Bahasa Indonesia. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga kemampuan memahami pesan, menganalisis informasi, serta memproduksi teks secara kritis. Melalui bahan ajar digital interaktif, peserta didik dapat dilatih untuk memahami strategi persuasif dalam teks iklan sekaligus

mengembangkan kemampuan berpikir kritis terhadap pesan komersial yang mereka temui dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian ini juga memberikan implikasi terhadap peningkatan motivasi belajar peserta didik. Media yang bersifat interaktif dan multimodal berpotensi meningkatkan perhatian dan keterlibatan siswa selama proses pembelajaran. Hal ini selaras dengan teori motivasi belajar yang menyatakan bahwa variasi stimulus dan pengalaman belajar yang menyenangkan dapat mendorong partisipasi aktif serta meningkatkan minat terhadap materi yang dipelajari.

Dalam konteks kelembagaan, temuan ini mengisyaratkan perlunya dukungan madrasah dalam menyediakan fasilitas yang menunjang pembelajaran berbasis digital. Dukungan tersebut dapat berupa penyediaan perangkat teknologi, pelatihan guru, serta kebijakan yang mendorong inovasi pembelajaran. Tanpa dukungan institusional, pengembangan bahan ajar digital interaktif akan sulit diimplementasikan secara optimal.

Selain itu, implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan kompetensi guru dalam merancang dan memanfaatkan media digital interaktif. Guru perlu memiliki pemahaman tentang desain pembelajaran digital, pemilihan konten yang relevan, serta strategi evaluasi berbasis teknologi. Kompetensi ini menjadi bagian penting dalam mewujudkan pembelajaran yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Secara lebih luas, hasil analisis kebutuhan ini menegaskan bahwa inovasi dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pada materi teks iklan, harus mempertimbangkan karakteristik generasi peserta didik yang akrab dengan teknologi digital. Generasi ini cenderung memiliki preferensi terhadap pembelajaran visual, cepat, dan interaktif. Oleh karena itu, pengembangan bahan ajar digital interaktif menjadi langkah yang relevan dan kontekstual.

Dengan demikian, implikasi hasil analisis kebutuhan tidak hanya berhenti pada identifikasi permasalahan, tetapi juga memberikan arah yang jelas bagi tahap pengembangan selanjutnya. Temuan ini dapat dijadikan landasan konseptual dan empiris dalam merancang produk bahan ajar digital interaktif yang sesuai dengan kebutuhan peserta didik serta tuntutan pembelajaran modern.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pembelajaran teks iklan di kelas VIII MTs Al Hayatul Islamiyah masih didominasi penggunaan bahan ajar cetak dan metode ceramah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses pembelajaran belum sepenuhnya memanfaatkan media digital interaktif yang mampu meningkatkan keterlibatan peserta didik secara aktif dan kreatif.

Hasil analisis kebutuhan terhadap 10 peserta didik menunjukkan adanya kebutuhan yang signifikan terhadap pengembangan bahan ajar digital interaktif. Kebutuhan tersebut meliputi penyajian materi yang lebih visual dan menarik, penggunaan ilustrasi dan warna yang dinamis, integrasi audio atau video penjelasan, serta penyediaan kuis interaktif dengan umpan balik otomatis. Temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kondisi aktual pembelajaran dan harapan peserta didik terhadap pembelajaran yang lebih inovatif.

Analisis kebutuhan yang dilakukan dalam penelitian ini memperkuat pentingnya tahap awal dalam penelitian pengembangan sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2016), bahwa identifikasi potensi dan masalah merupakan dasar dalam merancang produk pendidikan yang relevan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan landasan empiris yang kuat bagi perancangan bahan ajar digital interaktif pada tahap pengembangan selanjutnya.

Secara teoretis, temuan penelitian ini selaras dengan konsep pembelajaran multimedia dan konstruktivisme yang menekankan pentingnya interaktivitas, visualisasi, serta keterlibatan aktif peserta didik dalam membangun pemahaman. Integrasi teknologi dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya materi teks iklan, berpotensi meningkatkan motivasi belajar sekaligus mengembangkan literasi digital peserta didik di lingkungan madrasah.

Berdasarkan simpulan tersebut, disarankan agar pengembangan bahan ajar digital interaktif dilakukan secara sistematis dengan memperhatikan karakteristik peserta didik dan kondisi sekolah. Penelitian selanjutnya dapat melanjutkan tahap perancangan, validasi, dan uji coba produk untuk mengukur efektivitas bahan ajar yang dikembangkan. Dengan demikian, inovasi pembelajaran yang dirancang tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga aplikatif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, A. (2019). *Media pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning* (2nd ed.). New York, NY: Cambridge University Press.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prastowo, A. (2015). *Panduan kreatif membuat bahan ajar inovatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tomlinson, B. (2011). *Materials development in language teaching* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Uno, H. B. (2017). *Teori motivasi dan pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Sari, R. P., & Setiawan, D. (2020). Pengembangan media pembelajaran digital interaktif dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Pembelajaran*, 5(2), 123–134.
- Rahmawati, L. (2021). Analisis kebutuhan pengembangan bahan ajar berbasis digital pada pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 10(1), 45–56.

Artikel ini disetujui pada tanggal

Pembimbing I

Helmi Wicaksono, S.Pd., M.Pd

NPP 17110319923218