

ABSTRAK

Ainaya Salsabila (1222120010). Pengaruh Media Canva Berbasis Visual Digital dalam Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Iklan Siswa Kelas VIII MTs Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas. Skripsi. Program Studi Tadris Bahasa Indonesia, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (UIN SGD).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kemampuan menulis teks iklan peserta didik yang masih perlu ditingkatkan, sehingga diperlukan media pembelajaran yang dapat membantu peserta didik mengembangkan ide dan menyusun teks iklan secara lebih menarik. Penelitian ini bertujuan mengetahui kemampuan menulis teks iklan peserta didik sebelum dan setelah penerapan media Canva berbasis visual digital, serta besar pengaruhnya.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuasi eksperimen dan desain Nonequivalent Control Group Design. Sampel terdiri atas 27 peserta didik kelas VIII Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas, yaitu kelas eksperimen (13 peserta didik) dan kelas kontrol (14 peserta didik), ditentukan melalui teknik sampling jenuh. Data diperoleh melalui tes menulis teks iklan (pretest-posttest) berdasarkan lima aspek penilaian, lalu dianalisis dengan uji normalitas, uji homogenitas, Independent Sample t-Test, dan effect size (Cohen's d) menggunakan IBM SPSS Statistics.

Hasil penelitian menunjukkan rata-rata kemampuan kelas eksperimen meningkat dari 29,46 menjadi 37,85, sedangkan kelas kontrol hanya meningkat dari 29,43 menjadi 30,71. Uji Independent Sample t-Test menghasilkan nilai $t = 5,297$ dengan Sig. (2-tailed) $< 0,001$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan effect size sebesar 2,0404 (kategori besar). Dengan demikian, media Canva berbasis visual digital terbukti berpengaruh signifikan dan efektif dalam meningkatkan kemampuan menulis teks iklan siswa.

Kata Kunci: media Canva, visual digital, kemampuan menulis, teks iklan, quasi experiment.