

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pembelajaran Bahasa Indonesia tidak semata-mata hanya memiliki tujuan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi pada peserta didik saja, melainkan juga sebagai bentuk dalam melatih pola pikir peserta didik yang sistematis dan terstruktur. Dalam pembelajaran Bahasa Indonesia kerap kali ditemukan adanya penggunaan sebuah pendekatan berbasis teks yang menuntut para peserta didik untuk mampu memahami sekaligus secara mandiri membuat berbagai jenis teks yang telah diajarkan sebelumnya. Melalui pendekatan berbasis teks, peserta didik akan diarahkan untuk mengenali struktur, fungsi dan kaidah kebahasaan dari beragam jenis teks yang telah mereka pelajari. Melalui proses pembelajaran yang dilaksanakan secara bertahap, diawali dengan menyajikan sebuah contoh teks yang harus dipahami, dilanjutkan dengan kegiatan menganalisis teks, hingga pada akhirnya peserta didik dibimbing untuk dapat memproduksi dan menulis suatu teks secara mandiri. Pendekatan ini akan lebih memungkinkan untuk memberikan kesempatan kepada para peserta didik agar mereka dapat turut serta menggunakan bahasa dalam konteks nyata, sehingga proses pembelajaran yang sedang atau akan berlangsung terasa menjadi lebih bermakna. Hal ini sejalan dengan pandangan Kemendikbud (2014, dalam Maharani & Arif 2018) bahwa kegiatan pembelajaran berbasis teks akan lebih memungkinkan bagi peserta didik untuk menggunakan bahasa secara fungsional dan sesuai dengan tujuan komunikasinya.

Di samping itu pembelajaran Bahasa Indonesia memegang peran dan fungsi yang sangat penting dalam kurikulum nasional. Pembelajaran ini tidak hanya memperluas keterampilan berbahasa saja, akan tetapi juga turut meningkatkan kemampuan berpikir, memperkuat literasi serta membentuk karakter yang selaras dengan tujuan pendidikan nasional. Seiring dengan adanya perkembangan kurikulum di Indonesia, pembelajaran Bahasa Indonesia terus disempurnakan agar sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan kebutuhan masyarakat masa kini. Salah satu perubahan mendasar tampak pada adanya penerapan Kurikulum 2013 yang mengarahkan pembelajaran Bahasa Indonesia melalui

pendekatan berbasis teks. Melalui pendekatan ini, bahasa tidak lagi dimaknai sekadar kumpulan aturan kebahasaan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun pengetahuan, menyampaikan gagasan dan mengasah kemampuan bernalar peserta didik (Husni, 2024). Dalam praktiknya, peserta didik akan diarahkan mendalami teks secara bertahap mulai dari mengenali konteks, mempelajari struktur teks, menyusun teks secara kolaboratif, hingga akhirnya mampu menghasilkan teks secara mandiri. Rangkaian kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kemampuan berbahasanya saja, tetapi juga mengasah kemampuan berpikir kritis, kreatif dan komunikatif peserta didik. Karena itu, pembelajaran Bahasa Indonesia menempati posisi strategis dalam kurikulum nasional, sebab berkontribusi pada pengembangan kemampuan akademik, keterampilan komunikasi, sekaligus pembentukan karakter peserta didik.

Salah satu keterampilan krusial dalam pembelajaran Bahasa Indonesia adalah keterampilan menulis. Menulis merupakan suatu aktivitas yang bisa dikatakan kompleks, hal ini karena menulis melibatkan berbagai proses kognitif seperti merencanakan, mengorganisasikan dan menyusun gagasan secara logis dan sistematis. Dalam kegiatan menulis, peserta didik dituntut memilih diksi dan struktur kalimat yang tepat, menyusun kalimat secara efektif, serta menyampaikan gagasan secara runtut agar mudah dipahami pembaca. Tarigan (2008) menegaskan bahwa menulis adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang menuntut kejelasan dalam penyampaian pesan. Dengan demikian, keterampilan menulis tidak semata-mata hanya berkaitan dengan aspek kebahasaan saja, melainkan juga dengan kedalaman kemampuan berpikir peserta didik. Lebih jauh, keterampilan menulis berperan penting dalam mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif. Melalui menulis peserta didik menjadi lebih terlatih dalam mengolah informasi, mengembangkan gagasan, dan menyusun argumen secara lebih sistematis. Alwasilah (2012) berpendapat bahwa menulis merupakan keterampilan literasi tingkat lanjut yang tidak bisa dikuasai secara instan, melainkan membutuhkan latihan rutin dan berkelanjutan. Salah satu bentuk keterampilan menulis yang dipelajari peserta didik dalam pembelajaran Bahasa Indonesia adalah kemampuan menyusun dan menulis teks iklan.

Teks iklan merupakan suatu teks yang disusun dengan maksud untuk memengaruhi pembaca agar tertarik dan berminat terhadap suatu produk, jasa atau gagasan yang ditawarkan oleh penulisnya. Dalam penyusunannya, teks iklan perlu ditulis secara ringkas, jelas namun tetap menarik, agar pesan yang disampaikan dapat diterima pembaca dengan baik dan mudah. Sutliyaningtyas (2008) menyatakan bahwa keberhasilan suatu iklan sangat dipengaruhi oleh ketepatan dalam pemilihan diksi serta kekuatan pesan yang disampaikan oleh si penulis. Seiring dengan perkembangan media saat ini, penulisan teks iklan tak lagi mengandalkan aspek kebahasaan semata, melainkan juga memanfaatkan unsur visual sebagai penunjang utama penyampaian pesan. Zainuddin (2017) mengatakan bahwa kombinasi antara teks dan unsur visual yang disajikan dengan tepat dapat meningkatkan daya tarik serta memperjelas informasi yang akan disampaikan. Pandangan ini sejalan dengan teori pembelajaran multimedia dari Mayer (2009), yang menyatakan bahwa penyajian informasi melalui teks dan unsur visual secara bersamaan dapat meningkatkan pemahaman pada peserta didik.

Namun demikian, kondisi di lapangan memperlihatkan bahwa kemampuan menulis teks iklan peserta didik belum mencapai hasil yang optimal. Observasi awal yang dilakukan di Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas pada Februari 2025 menunjukkan bahwa masih banyak peserta didik yang masih mengalami kesulitan dalam menentukan ide, memilih diksi yang tepat, serta menyusun teks iklan secara runtut dan jelas. Tidak sedikit pula peserta didik yang belum mampu menyelaraskan isi pesan dengan tujuan komunikasi maupun struktur teks iklan yang benar. Temuan ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan guru mata pelajaran Bahasa Indonesia, Ibu Sri Handayani, S.Pd., yang mengungkapkan bahwa sebagian besar peserta didik masih sering mengalami kendala dalam menulis teks iklan. Kesulitan tersebut tampak dari kebiasaan menulis iklan secara asal-asalan, penyusunan isi yang belum runtut, penggunaan bahasa yang kurang jelas serta ketidakmampuan menyusun teks sesuai struktur yang semestinya. Beliau menjelaskan bahwa kondisi tersebut dipengaruhi oleh masih terbatasnya kemampuan peserta didik dalam menulis teks iklan, juga proses pembelajaran yang masih didominasi metode konvensional tanpa dukungan media

pembelajaran berbasis digital yang dapat membantu peserta didik dalam memahami materi secara lebih menarik (Handayani, komunikasi pribadi, Februari 2025). Kondisi ini mengindikasikan bahwa proses pembelajaran yang berlangsung belum sepenuhnya berhasil, baik dalam hal praktik maupun mengembangkan keterampilan menulis peserta didik secara maksimal. Di samping itu, metode pembelajaran yang masih berpusat pada guru serta minimnya pemanfaatan media pembelajaran membuat peserta didik kurang aktif dan kurang termotivasi dalam mengikuti pembelajaran. Daryanto (2016) menyatakan bahwa penggunaan media pembelajaran yang tepat dapat meningkatkan minat dan hasil belajar peserta didik. Karena itu, diperlukan adanya sebuah inovasi dalam pembelajaran yang dapat menghadirkan suasana belajar yang lebih menarik, menyenangkan, interaktif serta sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan peserta didik di era digital saat ini.

Salah satu inovasi yang dapat diterapkan adalah pemanfaatan media berbasis teknologi digital. Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini, membuka peluang bagi pendidik untuk menggunakan berbagai aplikasi sebagai media pendukung dalam pembelajaran. Salah satunya adalah aplikasi Canva, sebuah platform desain grafis yang menawarkan beragam fitur visual menarik namun mudah digunakan. Dengan aplikasi Canva, peserta didik dapat berlatih memadukan teks yang mereka susun dengan elemen visual yang menarik, sehingga mampu menghasilkan karya teks iklan yang lebih kreatif, komunikatif sekaligus menarik secara tampilan atau visual. Pemanfaatan Canva dalam pembelajaran diharapkan dapat membantu peserta didik mengembangkan ide, meningkatkan kreativitas serta menghasilkan teks iklan yang lebih menarik. Selain itu, penggunaan media digital juga dapat mendukung pengembangan literasi digital, yang merupakan salah satu kompetensi penting di era modern ini.

Meskipun pada beberapa penelitian menunjukkan bahwa media digital mampu meningkatkan motivasi dan kreativitas peserta didik, kajian yang secara khusus membahas peningkatan kemampuan menulis teks iklan dengan memadukan aspek kebahasaan dan visual secara terintegrasi masih relatif terbatas, terutama pada jenjang Madrasah Tsanawiyah. Pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran pun kerap kali belum diarahkan secara sistematis dan mendalam. Di

sisi lain, kondisi nyata di lapangan menunjukkan bahwa tidak sedikit peserta didik yang mengalami kesulitan bukan hanya pada aspek kebahasaan saja, tetapi juga dalam mengembangkan ide dan menyajikan pesan secara menarik. Hal ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi media digital dan penerapannya dalam pembelajaran. Atas dasar itu, peneliti tertarik untuk melakukan kajian khusus mengenai pemanfaatan media Canva berbasis visual digital dalam meningkatkan kemampuan menulis teks iklan, baik dari segi proses maupun hasil pembelajaran.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, dapat dilihat bahwa peningkatan keterampilan menulis teks iklan memang memerlukan adanya sebuah inovasi dengan memanfaatkan teknologi digital yang relevan. Oleh karena itu, penggunaan media Canva berbasis visual digital diharapkan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan kemampuan menulis dan membuat Teks Iklan pada peserta didik. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***"Pengaruh Media Canva Berbasis Visual Digital dalam Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Iklan Siswa Kelas VIII Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas."***

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan pada latar belakang sebelumnya, maka terdapat beberapa permasalahan yang akan di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kemampuan menulis teks iklan sebelum penggunaan media Canva pada peserta didik kelas VIII Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas?
2. Bagaimana kemampuan menulis teks iklan pada peserta didik kelas VIII Madrasah Tsanawiyah Pesantren persatuan Islam 161 Cihampelas setelah dilakukannya penerapan media Canva dalam proses pembelajaran?
3. Seberapa besar pengaruh penggunaan media Canva terhadap kemampuan peserta didik dalam mengembangkan ide dan menulis teks iklan di kelas VIII Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan beberapa permasalahan yang telah dirumuskan maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kemampuan menulis teks iklan peserta didik kelas VIII Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas sebelum penggunaan media Canva dalam proses pembelajaran.
2. Untuk mengetahui kemampuan menulis teks iklan peserta didik kelas VIII Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas setelah diterapkannya media Canva dalam proses pembelajaran.
3. Untuk mengukur seberapa jauh pengaruh penggunaan media Canva terhadap kemampuan dalam mengembangkan ide dan menulis teks iklan pada peserta didik di kelas VIII di Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas.

### **D. Manfaat Penelitian**

Sejalan dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, peneliti berharap bahwa penelitian ini akan memberikan suatu manfaat bagi dunia Pendidikan, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Adapun beberapa manfaat penelitian yang ingin di capai adalah sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoretis**

Secara Teoretis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kontribusi terhadap pengembangan dan kajian dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya dalam keterampilan menulis teks iklan melalui pemanfaatan media digital yang relevan. Selain itu penelitian ini juga diharapkan mampu memperkuat pemahaman pada peserta didik mengenai peran media visual berbasis teknologi seperti aplikasi Canva dalam membantu peserta didik untuk memahami struktur teks iklan, penggunaan bahasa yang persuasif serta penyampaian pesan secara lebih efektif.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Sekolah**

Bagi sekolah hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif, khususnya dalam meningkatkan kualitas dalam

proses pembelajaran Bahasa Indonesia. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu sekolah dan menjadikan temuan penelitian ini sebagai bahan acuan maupun pertimbangan dalam pengembangan dan penerapan media pembelajaran berbasis digital seperti Canva agar dapat menciptakan sebuah pembelajaran yang lebih inovatif, kreatif dan sesuai dengan kebutuhan belajar peserta didik. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak sekolah dalam menyusun kebijakan pembelajaran yang mendukung peningkatan keterampilan literasi, terutama pada kemampuan menulis teks iklan.

b. Bagi Pendidik

Bagi pendidik hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memberikan gambaran yang jelas mengenai efektivitas penggunaan media Canva dalam proses pembelajaran menulis teks iklan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pendidik dalam menentukan sebuah strategi pembelajaran yang tepat, khususnya dalam memadukan materi-materi kebahasaan dengan unsur visual yang sesuai dengan tujuan pembelajaran.

Hal ini selaras dengan rumusan masalah penelitian, pendidik diharapkan dapat memperoleh alternatif media pembelajaran yang mampu meningkatkan keterlibatan, kreativitas dan partisipasi aktif peserta didik dalam proses menulis teks iklan.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai efektivitas penggunaan media Canva dalam pembelajaran menulis teks iklan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat membuka peluang kajian lebih lanjut terkait integrasi teknologi dalam pembelajaran Bahasa Indonesia.

## **E. Kerangka Berpikir**

Menulis menjadi salah satu kompetensi dasar dalam pembelajaran Bahasa Indonesia yang menuntut peserta didik agar cakap mengorganisasikan gagasan, memilih kata yang sesuai, serta merangkai kalimat secara efektif sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan jelas dan mudah dicerna.

Tarigan (2088) menyatakan bahwa menulis merupakan sebuah kegiatan untuk menuangkan sebuah ide secara terstruktur melalui suatu bahasa tertulis dengan tujuan komunikasi untuk suatu hal tertentu. Meski demikian, dalam praktiknya tidak sedikit peserta didik yang masih kesulitan dalam menghasilkan tulisan yang baik, termasuk saat menyusun teks iklan yang menuntut ketepatan struktur, penggunaan bahasa persuasif, serta kreativitas dalam menyampaikan pesan.

Hambatan tersebut umumnya muncul karena proses pembelajaran masih cenderung bersifat konvensional dan minim inovasi berupa pemanfaatan unsur visual atau media kreatif lainnya. Padahal, pembelajaran menulis teks iklan sangat membutuhkan dukungan visual agar peserta didik lebih mudah memahami karakteristik iklan yang menarik, komunikatif dan persuasif. Karena itu, diperlukan media pembelajaran yang dapat memfasilitasi peserta didik dalam menulis teks iklan sekaligus mengasah kreativitas visual secara lebih terarah.

Aplikasi digital Canva menjadi salah satu media digital yang dipandang cocok untuk kebutuhan tersebut. Canva merupakan sebuah aplikasi atau platform digital yang menyediakan berbagai template, elemen visual serta fitur pengolahan teks atau tipografi yang mudah untuk digunakan. Mayer (2009) melalui teori pembelajaran multimedia menjelaskan bahwa integrasi teks dan visual dapat memperkuat proses pemahaman serta meningkatkan kualitas hasil belajar peserta didik. Senada dengan itu, penelitian Priska, Rustam, dan Sinaga (2022) juga turut menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Canva terbukti berpengaruh positif terhadap kemampuan menulis iklan poster, di mana peserta didik yang menggunakan Canva memperoleh hasil belajar yang lebih baik serta lebih kreatif dalam menghasilkan karya. Temuan ini kemudian diperkuat oleh Inarotunnaja, Ambia, dan Taufik (2023) yang lewat hasil penelitiannya membuktikan bahwa Canva membantu peserta didik menulis teks iklan melalui berbagai fitur visual yang menarik, sekaligus meningkatkan motivasi, kreativitas dan minat belajar peserta didik.

Sejumlah penelitian terdahulu turut memperkuat relevansi Canva sebagai media pembelajaran menulis teks iklan. Priska, Rustam dan Sinaga (2022) menemukan bahwa penggunaan Canva melalui desain Quasi Experiment terbukti

berpengaruh positif terhadap kemampuan menulis iklan poster peserta didik dibandingkan kelas yang tidak menggunakan Canva. Sementara itu, Inarotunnaja, Ambia, dan Taufik (2023) melalui pendekatan deskriptif kualitatif menunjukkan bahwa Canva dapat memfasilitasi peserta didik dalam menulis teks iklan sekaligus meningkatkan motivasi dan kreativitas belajar mereka. Di samping itu, Utama, Wardiah, dan Missriani (2026) melalui Penelitian Tindakan Kelas (PTK) berbasis model Project Based Learning (PjBL) mengungkapkan bahwa penerapan Canva mampu meningkatkan kemampuan menulis teks iklan secara signifikan, dengan nilai rata-rata menulis yang meningkat dari 61,67 pada prasiklus menjadi 85,83 pada siklus II.

Selain aspek kebahasaan, kemampuan menulis teks iklan juga berkaitan erat dengan keterampilan berpikir tingkat tinggi (*higher order thinking skills*), yang mencakup kemampuan menganalisis, mengevaluasi dan menciptakan. Peserta didik tidak cukup hanya memahami konsep iklan, tetapi juga perlu mampu mengembangkan ide secara kreatif dan menyesuaikannya dengan tujuan komunikasi yang hendak dicapai. Media Canva memberi ruang bagi peserta didik untuk mengeksplorasi ide secara lebih luas lewat perpaduan teks dan visual. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Anderson dan Krathwohl (2001) yang menempatkan kemampuan mencipta sebagai level tertinggi dalam proses berpikir.

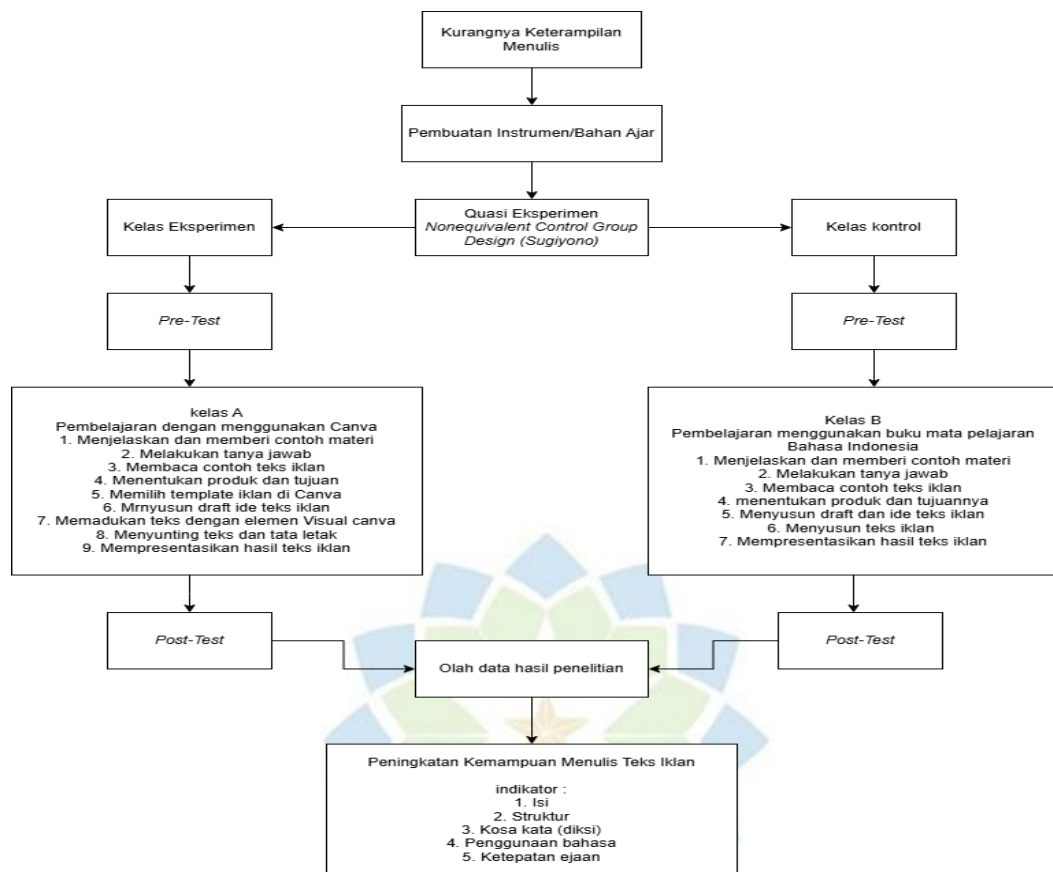
Di sisi lain, pemanfaatan Canva juga selaras dengan tuntutan pembelajaran abad ke-21 yang menitikberatkan pada literasi digital. Literasi digital sendiri tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengoperasikan teknologi, tetapi juga kemampuan mengolah informasi dan menghasilkan karya yang kreatif. Belshaw (2014) menjelaskan bahwa kegiatan literasi digital mencakup aspek kognitif, teknis dan sosial dalam penggunaan teknologi secara produktif. Dengan begitu, Canva dapat dipandang bukan sekadar media pembelajaran, melainkan juga sarana penguatan literasi digital bagi peserta didik. Lebih jauh, penggunaan aplikasi seperti Canva turut mendukung pembelajaran yang berpusat pada peserta didik (*student-centered learning*), di mana mereka diberi keleluasaan untuk aktif mengeksplorasi, berkreasi, serta menghasilkan karya tulis baik secara mandiri maupun kolaboratif.

Berdasarkan uraian teori dan temuan-temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa Canva berpotensi besar dalam mendukung peningkatan kemampuan peserta didik dalam menulis teks iklan, karena mampu menghadirkan suasana belajar yang lebih visual, kreatif, menyenangkan, dan komunikatif. Kerangka berpikir penelitian ini pun menegaskan bahwa Canva tidak semata berfungsi sebagai alat bantu visual, melainkan juga sebagai sarana pengembangan kemampuan menulis yang lebih efektif dan relevan bagi peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas.

Penelitian ini menggunakan desain Quasi Experiment dengan model Nonequivalent Control Group Design, yakni desain yang melibatkan dua kelompok tanpa pemilihan acak. Kelompok eksperimen mendapat perlakuan berupa pembelajaran menulis teks iklan dengan bantuan aplikasi Canva, sementara kelompok kontrol tetap menjalani pembelajaran konvensional tanpa dukungan media visual digital dan hanya mengandalkan media tradisional. Sebelum perlakuan diberikan, kedua kelompok terlebih dulu mengerjakan Pretest guna mengukur kemampuan awal menulis teks iklan. Setelah proses pembelajaran selesai, kedua kelompok kembali diberikan Post-Test untuk melihat sejauh mana perbedaan dan peningkatan kemampuan menulis iklan yang terjadi.

Melalui perbandingan hasil belajar antara kelompok eksperimen dan kontrol, penelitian ini berupaya membuktikan apakah penggunaan Canva memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kemampuan menulis teks iklan peserta didik. Kerangka berpikir ini memperlihatkan keterkaitan logis antara landasan teori, kondisi empiris, penggunaan media pembelajaran, dan tujuan penelitian, yang mengarah pada dugaan bahwa Canva berkontribusi nyata terhadap peningkatan kemampuan menulis teks iklan peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas.

Kerangka berpikir tersebut dapat digambarkan secara berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

## F. Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka berfikir yang telah di uraikan, maka di ajukan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh penggunaan Media Canva terhadap kemampuan menulis teks iklan pada peserta didik kelas VIII Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas

$H_1$  : Terdapat pengaruh yang ditemukan pada penggunaan Media Canva terhadap kemampuan menulis teks iklan pada peserta didik kelas VIII Madrasah Tsanawiyah Pesantren Persatuan Islam 161 Cihampelas

## G. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan terkait pemanfaatan Canva dalam pembelajaran menulis, yang ternyata cukup memberikan pengaruh terhadap kemampuan menulis peserta didik. Penelitian pertama dilakukan oleh Priska, Rustam & Sinaga (2022) dengan judul "Pengaruh Media Pembelajaran

Aplikasi Canva terhadap Hasil Menulis Iklan Poster di SMP Nasional Sariputra Jambi". Penelitian ini mengkaji sejauh mana penggunaan Canva berpengaruh terhadap hasil belajar menulis iklan poster, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui desain Quasi Experiment model Nonequivalent Control Group Design. Dari hasil penelitiannya, ditemukan bahwa Canva memberikan pengaruh positif terhadap kemampuan menulis iklan poster peserta didik. Kelas yang menggunakan Canva memperoleh hasil belajar yang lebih baik dibandingkan kelas yang tidak menggunakannya. Selain itu, Canva juga membantu peserta didik menghasilkan portofolio digital, sehingga pembelajaran terasa lebih menarik, kreatif, dan mengikuti perkembangan teknologi saat ini.

Penelitian selanjutnya datang dari Inarotunnaja, Ambia & Taufik (2023) yang berjudul "Pemanfaatan Aplikasi Canva sebagai Media Pembelajaran Menulis Teks Iklan bagi Siswa SMP". Berbeda dari penelitian sebelumnya, penelitian ini memakai metode Deskriptif Kualitatif untuk mendeskripsikan bagaimana Canva dimanfaatkan sebagai media pembelajaran menulis teks iklan. Hasilnya menunjukkan bahwa Canva cukup mendukung keterampilan menulis peserta didik, karena tersedianya berbagai fitur seperti template, gambar, warna, dan elemen visual lain yang memudahkan mereka menuangkan ide menjadi iklan yang menarik. Di samping itu, penggunaan Canva juga terbukti meningkatkan motivasi, kreativitas, dan minat belajar peserta didik karena suasana belajar jadi lebih interaktif dan menyenangkan.

Penelitian ketiga oleh Utama, Wardiah & Missriani (2026) yang berjudul "Penerapan Media Canva untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Iklan melalui Model Pembelajaran Berbasis Proyek Siswa Kelas VIII SMP Negeri 3 Mesuji" mencoba memadukan Canva dengan model Project Based Learning (PjBL). Penelitian ini menggunakan metode Penelitian Tindakan Kelas (PTK) yang berlangsung dalam dua siklus. Hasilnya cukup menarik, karena terlihat peningkatan yang signifikan baik dari sisi aktivitas guru, aktivitas peserta didik, maupun kemampuan menulis teks iklan itu sendiri. Nilai rata-rata menulis peserta didik naik dari 61,67 di tahap prasiklus, menjadi 70,00 pada siklus I, dan terus meningkat hingga 85,83 di siklus II. Ini menunjukkan bahwa perpaduan Canva dengan

pembelajaran berbasis proyek mampu mendorong keterampilan menulis sekaligus kreativitas, literasi digital, dan kemampuan berkomunikasi secara persuasif.

Jika dilihat secara umum, ketiga penelitian ini punya kesamaan, yaitu sama-sama memanfaatkan Canva sebagai media digital untuk meningkatkan kualitas pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya di bidang menulis. Ketiganya juga sepakat bahwa Canva mampu mendongkrak motivasi belajar, kreativitas dan keterlibatan peserta didik, sekaligus mempermudah mereka menuangkan ide menjadi tulisan yang lebih menarik, sistematis, dan komunikatif.

Meski begitu, ada juga perbedaan di antara ketiganya. Penelitian Priska, Rustam & Sinaga (2022) lebih fokus melihat pengaruh Canva terhadap hasil menulis iklan poster lewat desain eksperimen yang membandingkan kelas eksperimen dan kontrol. Sementara Inarotunnaja, Ambia & Taufik (2023) lebih menekankan pada penjelasan deskriptif soal pemanfaatan Canva tanpa menguji efektivitasnya secara eksperimen. Adapun Utama, Wardiah & Missriani (2026) memilih memadukan Canva dengan model PjBL lewat PTK yang berorientasi pada perbaikan proses dan hasil belajar secara bertahap.

Berdasarkan hasil ketiga penelitian tersebut sebenarnya menunjukkan kesimpulan yang konsisten, yakni Canva memberi dampak positif terhadap pembelajaran menulis. Canva membantu peserta didik mengembangkan ide, meningkatkan kreativitas, menghasilkan tulisan yang lebih rapi dan terstruktur, serta memperkuat kemampuan menyusun teks iklan yang menarik lewat kombinasi unsur visual dan kebahasaan. Selain itu, media ini juga mampu meningkatkan motivasi belajar karena pembelajaran jadi lebih aktif, interaktif, dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Namun begitu, masih ada celah penelitian (research gap) yang belum banyak digali. Ketiga penelitian di atas belum secara spesifik mengkaji efektivitas Canva dalam pembelajaran menulis teks iklan pada jenjang Madrasah Tsanawiyah berbasis pesantren. Selain itu, penelitian yang bersifat deskriptif hanya menjelaskan pemanfaatan Canva tanpa mengujinya secara statistik, sedangkan penelitian tindakan kelas lebih fokus pada perbaikan proses pembelajaran dalam satu kelas saja tanpa ada perbandingan dengan kelompok kontrol. Karena itu, masih

diperlukan penelitian dengan desain eksperimen agar diperoleh bukti empiris yang lebih kuat mengenai efektivitas Canva dalam meningkatkan kemampuan menulis teks iklan.

Maka dari itu, penelitian yang akan peneliti lakukan ini punya keunikan dan kontribusi tersendiri, yaitu menggunakan desain Quasi Experiment dengan model Nonequivalent Control Group Design, sehingga memungkinkan peneliti untuk membandingkan langsung kemampuan menulis teks iklan antara kelompok yang menggunakan Canva dan kelompok yang belajar secara konvensional. Selain itu, penelitian ini juga secara khusus dilakukan pada peserta didik Madrasah Tsanawiyah berbasis pesantren, dengan fokus pada peningkatan kemampuan menulis teks iklan melalui perpaduan aspek kebahasaan, kreativitas, dan literasi digital.

*Tabel 1. 1 Penelitian terdahulu*

| No | Peneliti terdahulu                                                                                                                                         | Metode                                                                                                                                                                                   | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                      |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Priska, Rustam, & Sinaga (2022).<br><i>Pengaruh Media Pembelajaran Aplikasi Canva terhadap Hasil Menulis Iklan Poster di SMP Nasional Sariputra Jambi.</i> | Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan desain Quasi Experiment model Nonequivalent Control Group Design untuk membandingkan kelas eksperimen dan kelas kontrol. | Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Canva terbukti berpengaruh positif terhadap kemampuan menulis iklan poster. Peserta didik yang menggunakan Canva memperoleh hasil belajar lebih baik serta lebih kreatif dalam menghasilkan karya. |
| 2  | Inarotunnaja, Ambia, & Taufik (2023).<br><i>Pemanfaatan Aplikasi Canva</i>                                                                                 | Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif yang                                                                                                                             | Hasil dari pada penelitian menunjukkan bahwa Canva membantu peserta didik menulis teks iklan                                                                                                                                                          |

|          |                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <i>sebagai Media Pembelajaran Menulis Teks Iklan bagi Siswa SMP.</i>                                                                                                                              | bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan Canva sebagai suatu media pembelajaran dalam menulis teks iklan.                                                                | melalui berbagai fitur visual yang menarik serta meningkatkan motivasi, kreativitas, dan minat belajar peserta didik.                                                                                                                                                                                    |
| <b>3</b> | Utama, Wardiah, & Missriani (2026). <i>Penerapan Media Canva untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Iklan melalui Model Pembelajaran Berbasis Proyek Siswa Kelas VIII SMP Negeri 3 Mesuji.</i> | Penelitian menggunakan metode Penelitian Tindakan Kelas (PTK) yang dilaksanakan dalam dua siklus dengan menerapkan media Canva melalui model Project Based Learning (PjBL). | Hasil dari pada penelitian menunjukkan adanya peningkatan kemampuan menulis teks iklan, aktivitas guru, dan aktivitas peserta didik. Nilai rata-rata menulis meningkat dari 61,67 pada prasiklus menjadi 85,83 pada siklus II, sehingga Canva efektif meningkatkan kreativitas dan keterampilan menulis. |