

EFEKTIVITAS *PROJECT BASED LEARNING* BERBASIS EMPATI SOSIAL TERHADAP KETERAMPILAN MENULIS TEKS IKLAN SISWA KELAS VIII

N.A. Sujatyana¹, I.I. Fatin², I. Suher³

¹²³Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Universitas Muhammadiyah
Surabaya, Indonesia.

e-mail: neniafif51@gmail.com¹, idhofatin.pbsi@fkip.um-surabaya.ac.id², suher@um-surabaya.ac.id³

Abstrak

Salah satu kendala dalam pembelajaran menulis teks iklan pada siswa kelas VIII SMP adalah kesulitan dalam menyusun kalimat yang menarik dan persuasif sesuai dengan struktur serta kaidah kebahasaan teks iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan Project Based Learning berbasis empati sosial terhadap keterampilan menulis teks iklan pada siswa kelas VIII SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode Quasi-Experimental Design dengan tipe Posttest-Only Nonequivalent Control Group Design. Penelitian melibatkan dua kelompok, yaitu kelompok eksperimen yang diberikan perlakuan menggunakan Project Based Learning berbasis empati sosial dan kelompok kontrol yang memperoleh pembelajaran dengan metode ceramah. Sampel penelitian terdiri atas siswa kelas VIII B sebagai kelompok kontrol dan siswa kelas VIII D sebagai kelompok eksperimen. Data dianalisis menggunakan uji normalitas, uji homogenitas, dan dilanjutkan dengan independent samples t-test setelah memenuhi asumsi normalitas dan homogenitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok eksperimen memperoleh nilai rata-rata posttest sebesar 85, lebih tinggi dibandingkan kelompok kontrol yang memperoleh rata-rata 65,75. Hasil independent samples t-test menunjukkan nilai signifikansi (Sig. (2-tailed)) sebesar 0,000 (<0,05). Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan Project Based Learning berbasis empati sosial berpengaruh signifikan terhadap keterampilan menulis teks iklan pada siswa kelas VIII SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

Kata kunci: Efektivitas; Empati Sosial; Teks Iklan

Abstract

One of the challenges encountered by eighth-grade junior high school students in learning to write advertisement texts is composing engaging and persuasive sentences that conform to the structure and linguistic conventions of advertisement texts. This study aimed to examine the effect of implementing social empathy-based Project-Based Learning (PjBL) on students' advertisement text writing skills at SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. This study employed a quasi-experimental research design using a Posttest-Only Nonequivalent Control Group Design. The study involved two groups: an experimental group, which received instruction through social empathy-based Project-Based Learning, and a control group, which was taught using the lecture method. The research sample consisted of Class VIII B as the control group and Class VIII D as the experimental group. The data were analyzed using normality and homogeneity tests, followed by an independent samples t-test after the assumptions of normality and homogeneity were satisfied. The results showed that the experimental group achieved a higher mean posttest score (85.00) than the control group (65.75). The independent samples t-test revealed a significance value (Sig. 2-tailed) of 0.000 ($p < 0.05$), indicating that the implementation of social empathy-based Project-Based Learning had a significant positive effect on students' advertisement text writing skills at SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

Keywords: Effectiveness; Social Empathy; Advertisement

PENDAHULUAN

Aktivitas menulis merupakan salah satu keterampilan penting dalam pembelajaran Bahasa Indonesia karena menjadi sarana bagi siswa untuk menyampaikan gagasan melalui bahasa tulis. Pada jenjang SMP, keterampilan menulis masih memerlukan pengembangan, khususnya dalam mengolah ide dan menyusun kalimat yang efektif. Salah satu bentuk keterampilan tersebut adalah menulis teks iklan yang menuntut siswa mampu menyampaikan pesan secara kreatif, komunikatif, dan persuasif. Namun, dalam praktiknya, siswa masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan ide sesuai dengan objek yang diiklankan serta memilih kalimat yang sesuai dengan struktur dan kaidah kebahasaan teks iklan. Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa siswa mengalami hambatan dalam memahami langkah penyusunan teks iklan dan menuangkan ide ke dalam tulisan. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pembelajaran yang dapat memberikan pengalaman belajar secara aktif dan kontekstual.

Menulis teks iklan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menyusun struktur teks, tetapi juga membutuhkan kemampuan berpikir kreatif, menggunakan bahasa yang efektif, dan menyampaikan pesan secara persuasif (Rahmadani et al., 2024). (Sihite et al., 2025) menyatakan bahwa pembelajaran menulis teks iklan dapat membantu siswa mengembangkan ide kreatif dan menuangkannya dalam bentuk tulisan yang menarik. Oleh karena itu, pembelajaran menulis teks iklan perlu memberikan kesempatan kepada siswa untuk memperoleh informasi dan pengalaman yang dapat menjadi sumber ide dalam menghasilkan tulisan. Pembelajaran yang melibatkan kondisi nyata di lingkungan sekitar dapat membantu siswa memahami objek yang akan diiklankan sehingga pesan yang disusun menjadi lebih sesuai dengan situasi dan kebutuhan objek tersebut. Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa siswa mengalami hambatan dalam memahami langkah penyusunan teks iklan dan menuangkan ide ke dalam tulisan. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pemilihan model pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan siswa. Model pembelajaran yang tepat dapat menciptakan suasana belajar yang menyenangkan, mendorong keterlibatan aktif siswa, serta mengembangkan kreativitas dalam menghasilkan karya teks iklan (Astuti et al., 2025).

Model pembelajaran merupakan rancangan sistematis yang digunakan untuk mengatur proses pembelajaran agar berlangsung secara terarah, menarik, dan mudah dipahami. Penerapan model pembelajaran yang sesuai dapat memberikan kontribusi terhadap kualitas proses belajar mengajar (Rina & Ansar, 2024). Salah satu model yang dapat memberikan pengalaman belajar aktif dan berorientasi pada produk adalah *Project Based Learning* (PjBL). PjBL memberikan kesempatan kepada siswa untuk terlibat dalam proses merencanakan, melaksanakan, dan menyelesaikan suatu proyek hingga menghasilkan produk. Melalui kegiatan tersebut, siswa dapat bekerja sama, bertanggung jawab, serta mengembangkan kemampuan berpikir kreatif dalam menyelesaikan permasalahan. (Noviyanti et al., 2023) menunjukkan bahwa PjBL dapat mengembangkan keterampilan berpikir, kreativitas, kerja sama, tanggung jawab, dan keaktifan siswa selama proses pembelajaran.

Penerapan PjBL dalam pembelajaran menulis teks iklan dapat diarahkan pada kegiatan yang berkaitan dengan kondisi nyata di lingkungan sekitar siswa. Siswa tidak hanya mempelajari teks iklan melalui materi yang disampaikan di kelas, tetapi juga dapat mengamati objek yang akan diiklankan secara langsung. Penelitian (Neang et al., 2024) menunjukkan bahwa PjBL efektif dalam keterampilan menulis teks iklan serta mendukung keterlibatan siswa dalam proses pembelajaran. Melalui kegiatan proyek, siswa dapat memperoleh pengalaman yang menjadi sumber dalam mengembangkan ide dan menghasilkan produk iklan.

Pengalaman belajar yang berhubungan langsung dengan lingkungan sosial dapat dikembangkan melalui konteks empati sosial. Empati sosial penting dalam pembelajaran menulis teks iklan karena siswa tidak hanya dituntut menyusun kalimat persuasif, tetapi juga perlu memahami kondisi, kebutuhan, dan karakteristik objek yang akan diiklankan. (Harahap, 2025). menunjukkan bahwa empati sosial berkaitan dengan kemampuan siswa

dalam memahami dan merespons perasaan orang lain. Dalam penelitian ini, empati sosial tidak dijadikan sebagai variabel yang diukur secara kuantitatif, melainkan digunakan sebagai konteks dalam pelaksanaan proyek. Siswa diarahkan untuk melakukan observasi dan interaksi dengan pedagang di sekitar lingkungan sekolah sehingga dapat memahami kondisi objek yang akan diiklankan. Hasil pengamatan tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam mengembangkan ide dan menyusun teks iklan. Dengan demikian, pengalaman sosial dapat menjadi bagian dari proses pembelajaran yang membantu siswa menghasilkan teks iklan secara lebih kontekstual.

Penerapan PjBL berbasis empati sosial juga memiliki keterkaitan dengan teori konstruktivisme yang dikemukakan oleh Jean Piaget. Teori konstruktivisme memandang bahwa pengetahuan dibangun secara aktif oleh siswa melalui pengalaman dan interaksi dengan lingkungan. PjBL memberikan kesempatan kepada siswa untuk membangun pemahaman melalui proses perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian proyek secara aktif dan kolaboratif. (Samun et al., 2025) menjelaskan bahwa penerapan PjBL mendukung keterlibatan aktif siswa dalam membangun pengetahuan melalui pengalaman dan kegiatan kolaboratif. Oleh karena itu, teori konstruktivisme relevan digunakan sebagai landasan dalam penerapan PjBL pada penelitian ini.

Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa PjBL dapat diterapkan dalam pembelajaran keterampilan menulis. Penelitian (Neang et al., 2024) menunjukkan efektivitas PjBL dalam keterampilan menulis teks iklan. Penelitian. (Noviyanti et al., 2023) menunjukkan bahwa penerapan PjBL dalam pembelajaran menulis teks berita dengan mengintegrasikan muatan kearifan lokal dapat mendukung keterampilan menulis dan keterlibatan aktif siswa melalui pembelajaran yang kontekstual. Sementara itu, penelitian (Fadhlurrohmah, 2023) membahas kemampuan siswa dalam memahami teks iklan, slogan, dan poster pada tingkat SMP. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemampuan siswa berada pada kategori baik, tetapi masih terdapat siswa yang belum mencapai ketuntasan belajar. Penelitian tersebut lebih berfokus pada kemampuan memahami teks dan belum mengkaji penerapan model pembelajaran tertentu dalam mengembangkan keterampilan menulis teks iklan.

Meskipun penelitian terdahulu telah menunjukkan efektivitas PjBL dalam mendukung keterampilan menulis, sebagian penelitian masih berfokus pada hasil belajar, kemampuan kognitif, dan kualitas produk tulisan yang dihasilkan siswa. Penelitian yang mengintegrasikan konteks sosial sebagai pengalaman nyata dalam pelaksanaan proyek, khususnya melalui empati sosial pada pembelajaran menulis teks iklan, masih terbatas. Padahal, pemahaman terhadap kondisi dan kebutuhan objek yang diiklankan dapat membantu siswa memperoleh sumber ide serta menyusun pesan iklan yang lebih sesuai dengan situasi nyata. Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara penerapan PjBL yang berorientasi pada hasil produk dengan kebutuhan pembelajaran yang memberikan pengalaman sosial sebagai bagian dari proses menghasilkan tulisan.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini mengintegrasikan empati sosial sebagai konteks dalam penerapan PjBL pada pembelajaran menulis teks iklan. Empati sosial diterapkan melalui kegiatan observasi dan interaksi siswa dengan pedagang di lingkungan sekitar sekolah sebelum siswa menyusun proyek iklan. Kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan pengalaman nyata yang membantu siswa memahami objek yang akan diiklankan sekaligus menjadi sumber dalam mengembangkan ide tulisan. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih menekankan hasil belajar dan kualitas produk tulisan, penelitian ini mengarahkan proses pembelajaran pada pengalaman sosial yang menjadi dasar dalam menghasilkan teks iklan. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian empati sosial sebagai konteks pelaksanaan PjBL dalam pembelajaran menulis teks iklan. Penelitian (Novieanti et al., 2024) enunjukkan bahwa penerapan *Project Based Learning* dalam pembelajaran menulis teks berita dengan mengintegrasikan muatan kearifan lokal dapat mendukung keterampilan menulis dan keterlibatan aktif siswa melalui pembelajaran yang kontekstual. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini dalam penggunaan *Project Based Learning* dan

pembelajaran menulis yang mengaitkan materi dengan konteks lingkungan siswa. Namun, objek keterampilan menulis yang dikaji berbeda. Penelitian (Novieanti et al., 2024) berfokus pada teks berita yang bersifat informatif, sedangkan penelitian ini berfokus pada teks iklan yang menuntut kemampuan siswa dalam mengembangkan ide kreatif dan menyampaikan pesan secara persuasif. Selain itu, penelitian tersebut mengintegrasikan kearifan lokal, sedangkan penelitian ini mengintegrasikan empati sosial sebagai konteks pelaksanaan proyek melalui observasi dan interaksi siswa dengan lingkungan sekitar.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai penerapan *Project Based Learning* dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pada keterampilan menulis teks iklan melalui konteks empati sosial. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi alternatif bagi guru Bahasa Indonesia dalam merancang pembelajaran yang lebih kontekstual dan bermakna bagi siswa. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan hasil postes keterampilan menulis teks iklan antara siswa yang memperoleh penerapan *Project Based Learning* berbasis empati sosial dan siswa yang memperoleh pembelajaran pada kelas kontrol.

METODE

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain *Quasi-Experimental Design* dengan tipe *Posttest-Only Nonequivalent Control Group Design*, desain ini dipilih karena kelas telah terbentuk sehingga pretest berpotensi menimbulkan efek latihan. Kelompok eksperimen diberikan perlakuan berupa penerapan *Project Based Learning* berbasis empati sosial, sedangkan kelompok kontrol memperoleh pembelajaran berbasis ceramah. Penentuan kelompok tidak dilakukan secara acak, melainkan menggunakan kelas yang telah ada. Efektivitas perlakuan diketahui melalui perbandingan hasil *posttest* antara kedua kelompok setelah proses pembelajaran selesai. Populasi penelitian ini adalah siswa kelas VIII SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yang terdiri atas empat kelas dengan jumlah 102 siswa. Berdasarkan rekomendasi guru mata pelajaran Bahasa Indonesia dengan mempertimbangkan kesetaraan akademik antar kelas, sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yaitu pada siswa kelas VIII B yang berjumlah 16 sebagai kelompok kontrol dan kelas VIII D berjumlah 17 siswa sebagai kelompok eksperimen. Penelitian ini hanya menggunakan *posttest* sehingga kesetaraan kemampuan awal antarkelompok tidak diukur melalui pretes. Untuk meminimalkan potensi perbedaan karakteristik antar kelompok, pemilihan kelas didasarkan pertimbangan guru mata pelajaran Bahasa Indonesia bahwa kedua kelas memiliki kemampuan akademik yang relatif setara.

Kedua kelompok tersebut mendapatkan perlakuan yang berbeda, perlakuan diberikan selama proses pembelajaran materi menulis teks iklan sesuai dengan alokasi waktu yang telah ditetapkan oleh sekolah. Kelompok eksperimen mengikuti pembelajaran menggunakan *Project Based Learning* berbasis empati sosial, sementara itu kelompok kontrol mengikuti pembelajaran menggunakan metode ceramah dengan materi yang sama tanpa penerapan *Project Based Learning*. Data penelitian diperoleh melalui instrumen tes berupa tugas menulis teks iklan berbantuan aplikasi Canva yang dikerjakan secara individu. Hasil pekerjaan siswa dinilai menggunakan rubrik penilaian, Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen penelitian dilakukan uji validitas isi untuk memastikan kesesuaian instrumen dengan tujuan penelitian, indikator keterampilan menulis teks iklan, serta aspek-aspek yang terdapat dalam rubrik penilaian. Validasi instrumen dilakukan oleh dosen yang memiliki kompetensi dalam bidang Pendidikan Bahasa Indonesia. Hasil validasi menunjukkan bahwa instrumen telah memenuhi aspek kesesuaian isi, konstruk, dan bahasa serta dinyatakan layak digunakan untuk mengukur keterampilan menulis teks iklan pada siswa kelas VIII.

Tabel 1. Aspek Penilaian Tugas Siswa

No	Aspek Penilaian	Deskripsi	Skor
1.	Orientasi	Menggunakan Kalimat pembuka untuk menulis iklan (Judul)	0-10
		Menggunakan kalimat pembuka kurang lengkap (judulnya kurang lengkap)	
		Tidak menggunakan kalimat pembuka (tidak ada nama produknya)	
2.	Tubuh Iklan	Menuliskan inti dari iklan dengan lengkap (informasi keunggulan produk)	0-20
		Menuliskan inti dari iklan kurang lengkap	
		Tidak menuliskan inti dari iklan	
3.	Justifikasi	Produk yang dipasarkan dengan lengkap (Alamat dan nomer Hp)	0-10
		Memberikan informasi tentang produk yang dipasarkan kurang lengkap	
		Tidak memberikan informasi terkait produk yang dipasarkan	
4.	Kalimat Persuasif	Teks iklan menggunakan kalimat persuasif	0-15
		Teks iklan kurang dalam menggunakan kalimat persuasif	
		Teks iklan tidak menggunakan kalimat persuasif	
5.	Kalimat Imperatif	Menggunakan kalimat imperatif dalam teks iklan	0-15
		Kurang menggunakan kalimat imperative	
		Tidak menggunakan kalimat imperative	
6.	Desain Iklan	Keseluruhan sesuai dalam pemilihan warna, gambar, dan ukuran (font nya terlalu kecil/kebesaran).	0-20
7.	Pengumpulan tugas sesuai jadwal	Mengumpulkan sesuai jadwal	0-10
		Mengumpulkan kurang sesuai jadwal	
		Tidak mengumpulkan sesuai jadwal	

Rubrik penilaian disusun untuk menilai hasil proyek iklan secara menyeluruh. Rubrik penilaian disusun untuk menilai keterampilan siswa dalam menghasilkan teks iklan digital secara menyeluruh. Aspek utama penilaian tetap diarahkan pada kemampuan menulis, meliputi orientasi, tubuh iklan, justifikasi, kalimat persuasif, dan kalimat imperatif. Selain aspek kebahasaan, penelitian ini memasukkan aspek desain iklan karena produk akhir yang dihasilkan berupa iklan digital menggunakan aplikasi Canva. Aspek desain tidak dimaksudkan untuk mengukur keterampilan desain grafis siswa, tetapi untuk menilai keterbacaan dan keterpaduan penyajian teks dengan unsur visual sehingga pesan tertulis dalam iklan dapat disampaikan secara efektif. Dengan demikian, aspek desain digunakan sebagai bagian pendukung dalam penyajian iklan digital, sedangkan penilaian utama tetap berorientasi pada keterampilan menulis teks iklan. Oleh karena itu, aspek desain dipandang sebagai bagian dari kompetensi penyusunan iklan multimodal, bukan semata-mata keterampilan desain grafis, maka dari itu rubrik pada penilaian desain iklan memiliki poin cukup tinggi. Hasil penilaian menulis teks iklan, dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa aspek yang tertera pada tabel 1. Setiap aspek penilaian berdasarkan kelengkapan informasi yang ditampilkan dalam teks iklan yang ditulis oleh siswa. Apabila siswa mampu menuliskan bagian-bagian tersebut secara lengkap dan jelas, maka diberikan skor penilaian tertinggi. Sistem penilaian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana siswa mampu menyusun teks iklan secara terstruktur (Ramdhani et al., 2023). teknik

pengumpulan data dalam penelitian ini adalah instrumen tes berbasis masalah sosial dengan luaran membuat proyek iklan yang dikerjakan secara individu, pengolahan data menggunakan pada tahap awal yaitu uji normalitas, pada tahap ini memastikan data berdistribusi dengan normal, tahap selanjutnya uji homogenitas untuk mengetahui apakah data dari dua kelompok memiliki keragaman sama atau tidak. Uji homogenitas menjadi syarat uji statistik selanjutnya.

Setelah berdistribusi dengan normal dilanjutkan dengan uji-t. Untuk menguji hipotesis antara kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol. Mengukur efektivitas apabila (sig.2 tailed) < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Penelitian ini menggunakan data primer dan dilaksanakan setelah memperoleh izin dari SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Seluruh data dan hasil pekerjaan siswa digunakan untuk kepentingan penelitian serta dijaga kerahasiaan identitas siswa.

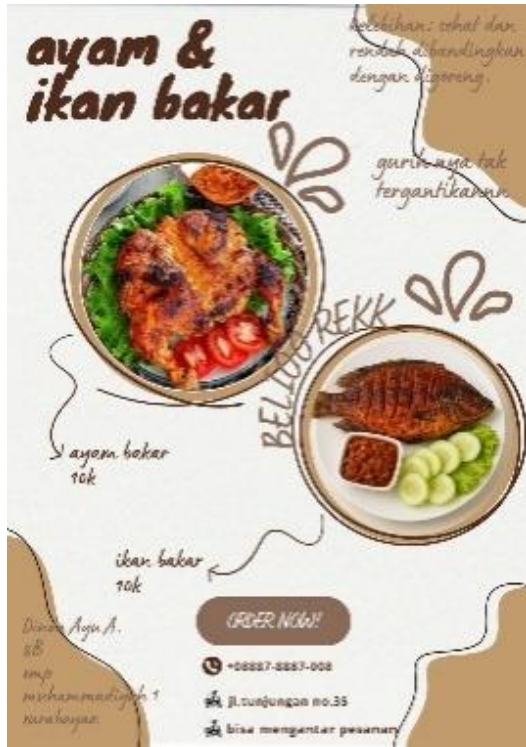
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data yang telah diperoleh, Penerapan *Project Based Learning* dengan konteks empati sosial memberikan pengalaman belajar yang mendukung keterampilan menulis teks iklan. Tabel 2 adalah hasil penilaian *posttest* proyek individu, yang telah dikerjakan siswa kelompok kontrol lalu direkap untuk mengetahui hasil nilai yang diperoleh.

Tabel 2. Hasil Nilai Pada Kelompok Kontrol

No.	Nama	Nilai
1.	AM	81
2.	AN	65
3.	AL	75
4.	An	62
5.	BR	62
6.	CL	90
7.	DN	90
8.	IA	56
9.	JR	59
10.	AB	68
11.	MV	54
12.	NA	60
13.	NS	76
14.	OS	46
15.	UJ	45
16.	ZH	63
Nilai Rata-rata		65,75

Hasil rekap nilai *posttest* proyek iklan yang dikerjakan secara individu, berbasis masalah sosial pada kelompok kontrol nilai paling tinggi diraih oleh CL dan DN dengan nilai 90 hasil proyek siswa disertakan pada gambar 1. milik DN serta gambar 2. milik CL.



Gambar 1. Proyek Iklan Milik DN



Gambar 2. Proyek Iklan Milik CL

Selanjutnya hasil penilaian *posttest* proyek individu, yang dikerjakan oleh kelompok eksperimen memiliki hasil penilaian yang telah direkap oleh peneliti pada tabel 3. Pada gambar tersebut menunjukkan bahwa siswa telah mampu menyusun struktur teks iklan secara lengkap, menggunakan kalimat persuasif “gurihnya tak tergantikan” dalam gambar 1.1 milik DN. Serta kalimat persuasif milik CL pada gambar 1.2 “kecil bentuknya, besar manfaatnya telur pilihan sehat keluarga” meskipun sudah menyajikan kalimat imperatif, persuasif serta struktur teks iklan. Masih terdapat kelemahan pada aspek penyajian visual, yaitu penggunaan ukuran *font* terlalu kecil sehingga informasi pada iklan kurang terbaca dengan jelas. Produk iklan tersebut masi memerlukan perbaikan pada aspek keterbacaan agar pesan yang disampaikan lebih efektif.

Tabel 3. Hasil Nilai Pada Kelompok Eksperimen

No.	Nama	Nilai
1.	AA	75
2.	AY	79
3.	FD	80
4.	HB	88
5.	NS	79
6.	MZ	91
7.	NF	100
8.	NM	85
9.	NP	82
10.	NF	85
11.	RF	100
12.	RS	76
13.	RK	71
14.	RG	96

15.	RF	86
16.	RM	85
17.	SQ	87
Nilai Rata-rata		85

Hasil rekapan nilai *posttest* proyek iklan yang dikerjakan secara individu oleh kelompok eksperimen, nilai proyek paling tinggi diraih oleh NF dan RF mendapatkan nilai 100 dengan hasil proyek iklan yang disertakan pada gambar 3. milik NF dan gambar 4. milik RF.



Gambar 3. Proyek iklan milik NF



Gambar 4. Proyek iklan milik RF

Gambar tersebut memperlihatkan bahwa siswa mampu menyusun struktur teks iklan secara lengkap, menggunakan kalimat persuasif dan imperative, serta menyajikan informasi produk dengan jelas sesuai indikator pada rubrik penilaian. Selain itu, desain visual yang digunakan mendukung penyampaian pesan iklan sehingga produk yang dihasilkan lebih komunikatif. Hasil data penelitian menggambarkan adanya perubahan kualitas siswa setelah mengikuti pembelajaran dengan model tersebut. Secara umum, temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan pembelajaran berbasis proyek yang memfokuskan keterampilan menulis dengan nilai empati sosial dapat membantu siswa lebih kreatif, dan peka terhadap pesan yang ingin disampaikan dalam teks iklan.

Hasil penelitian diperoleh melalui *posttest* keterampilan menulis teks iklan pada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Data *posttest* selanjutnya dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui gambaran hasil keterampilan menulis teks iklan pada masing-masing kelompok. Analisis deskriptif meliputi nilai rata-rata (mean), nilai minimum, dan nilai maksimum. Hasil analisis deskriptif disajikan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Hasil Postes Keterampilan Menulis Teks Iklan

Kelompok	N	Mean	Min	Max
Eksperimen	17	85,00	71	100
Kontrol	16	65,75	45	90

Sumber: Data Hasil Penelitian 2026.

Berdasarkan Tabel 4 kelompok eksperimen memperoleh nilai rata-rata posttest sebesar 85,00, sedangkan kelompok kontrol memperoleh nilai rata-rata sebesar 65,75. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara deskriptif hasil *posttest* kelompok eksperimen lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok kontrol. Selanjutnya, data posttest dianalisis melalui uji prasyarat untuk menentukan teknik analisis statistik yang sesuai.

Uji normalitas diperoleh berdasarkan data *posttest* dari kelompok eksperimen dan kelompok kontrol dalam menulis teks iklan. hasil perhitungan kedua kelas tersebut. Hasil normalitas, diperoleh pada kelompok eksperimen sebesar 0,0561 dan kelompok kontrol sebesar 0,438 Nilai dari kedua kelompok tersebut lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan data nilai *posttest* kelompok eksperimen dan kelompok kontrol berdistribusi dengan normal.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Kelompok	N	Statistik <i>Shapiro-Wilk</i>	Sig.	Keterangan
Eksperimen	17	0,956	0,561	Berdistribusi normal
Kontrol	16	0,947	0,438	Berdistribusi normal

Sumber: Hasil Olah Data Menggunakan SPSS.

Setelah data dinyatakan berdistribusi dengan normal tahap yang dilakukan adalah melakukan uji homogenitas untuk mengetahui kesamaan antar kelompok. Test hasil uji homogenitas menunjukkan nilai sebesar 0,065 yang lebih besar taraf signifikan 0,05 hal ini menunjukkan varian data nilai postes antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol bersifat homogen.

Tabel 6. Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Levene Statistic	df1	df2	Sig.	Keterangan
Keterampilan menulis teks iklan	3,648	1	31	0,065	Homogen

Sumber: Hasil Olah Data Menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil uji homogenitas menggunakan *Levene's Test* (Based on Mean), diperoleh nilai Levene Statistic sebesar 3,648 dengan nilai (Sig.) sebesar 0,065. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,065 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data kelompok eksperimen dan kelompok kontrol bersifat homogen. Dengan demikian, asumsi homogenitas telah terpenuhi sehingga analisis dapat dilanjutkan menggunakan uji *Independent Sample t-test*.

Tabel 7. Hasil Uji *Independent Sample t-test*

Variabel	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% CI Lower	95% CI Upper	Keterangan
Keterampilan menulis teks iklan	4,942	31	0,000	0,065	19,250	11,306	27,194	Terdapat perbedaan yang signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil uji Independen Sample t-test pada baris *Equal variances assumed*, diperoleh nilai t sebesar 4,942 dengan derajat kebebasan (df) 31 dan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hasil *posttest* keterampilan menulis teks iklan yang signifikan antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Nilai mean difference sebesar 19,250 menunjukkan bahwa rata-rata hasil *posttest* kelompok eksperimen lebih tinggi sebesar 19,25 poin dibandingkan kelompok kontrol.

Proses pembelajaran *Project Based Learning* berbasis empati sosial diawali dengan penentuan proyek menulis teks iklan dan pembentukan kelompok belajar. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan keterampilan menulis teks iklan sekaligus menumbuhkan sikap empati sosial melalui kegiatan proyek yang melibatkan interaksi langsung dengan lingkungan sekitar. Proses pembelajaran dilaksanakan melalui enam tahapan *Project Based Learning*, dimulai dengan 1) menentukan pertanyaan mendasar pada proses ini guru memberikan stimulus berupa contoh iklan dan mengarahkan siswa untuk memahami pentingnya empati sosial. 2) Mendesain perencanaan proyek pada kegiatan ini, guru membimbing pembentukan kelompok dan membantu siswa menentukan proyek yang dikerjakan, mulai dari pemilihan penjual disekitar lingkungan sekolah agar masing-masing kelompok mendapatkan objek pedagang tidak sama dengan kelompok lain. 3) Penyusunan jadwal pelaksanaan proyek, pada kegiatan ini guru membantu mengatur alokasi waktu dan memberikan arahan mengenai Teknik observasi dan wawancara yang santun kepada pedagang serta memastikan setiap kelompok memiliki bagian yang jelas seperti siapa yang wawancara, mencatat, dan dokumentasi. 4) pelaksanaan dan pemantauan perkembangan proyek siswa, tahap ini guru memantau proses kegiatan siswa, memberikan bimbingan kemajuan tugas yang diberikan. Selanjutnya siswa mulai membuat iklan dengan catatan yang didapatkan saat observasi 5) pengujian dan penilaian hasil proyek siswa, tahap kegiatan proyek iklan sudah jadi, satu kelompok maju mempresentasikan hasil iklan yang dibuat sambil diceritakan isi iklan dan tentunya alasan mereka mengiklankan pedagang tersebut, guru dan kelompok siswa lainnya memberikan umpan balik terhadap hasil proyek siswa 6) evaluasi pengalaman belajar, kegiatan evaluasi ini guru memandu refleksi pembelajaran, memberikan penguatan mengenai pentingnya empati sosial dalam kehidupan sehari-hari. Berbasis empati sosial berfungsi sebagai model pembelajaran yang memberikan fasilitas siswa untuk belajar melalui pengalaman nyata. Model tersebut juga membantu menghubungkan siswa materi menulis teks iklan dengan kondisi sosial dilingkungan sekitar sehingga proses pembelajaran tidak hanya berorientasi pada hasil tulisan tetapi juga membangun kemampuan berpikir siswa serta komunikasi dan kepedulian sosial terhadap orang lain.

Dalam hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat keefektifan kemampuan siswa dalam menulis teks iklan setelah diterapkannya *Project Based Learning* berbasis empati sosial. Hal tersebut terjadi karena keterlibatan aktif siswa dalam proses pembelajaran berbasis proyek yang mendorong mereka untuk mengembangkan ide kreatif serta menuangkannya dalam bentuk tulisan yang menarik dan persuasif. Selain itu, integrasi empati sosial dalam pembelajaran memberikan pengalaman belajar yang kontekstual dan relevan dengan kehidupan nyata siswa. Melalui kegiatan observasi langsung dan interaksi dengan lingkungan sekitar, siswa mampu memahami objek iklan secara lebih mendalam sehingga menghasilkan tulisan yang lebih bermakna. Topik penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu dan menjadi pendukung dalam temuan peneliti. penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa, dalam proses pembelajaran kegiatan yang bersifat kolaboratif, siswa tidak hanya sekadar menerima informasi, tetapi juga membangun pengetahuan melalui pengalaman berkolaborasi dengan teman sekelompoknya. Pengalaman siswa mengerjakan proyek secara kolaborasi berbasis masalah sosial, juga dapat menumbuhkan kepedulian terhadap lingkungan yang ada disekitarnya. Walaupun fokus keterampilan yang dikaji berbeda, penelitian terdahulu lebih

fokus dengan kreativitas dan empati sosial, sedangkan penelitian ini, memiliki fokus pada keterampilan menulis berbasis empati sosial (Febrian et al., 2025).

Selanjutnya juga didukung dan dikuatkan oleh penelitian sebelumnya, yang menyatakan bahwa penerapan *Project Based Learning* dalam pembelajaran memiliki tujuan untuk mengembangkan kreativitas dan empati sosial siswa melalui kegiatan berbasis proyek dan berkolaborasi. Topik penelitian tersebut memiliki fokus pada penggunaan *Project Based Learning*, tidak hanya menekankan pada aspek kognitif, melainkan juga dalam aspek sosial siswa. Hal ini memiliki kesamaan yaitu, sama-sama menggunakan *Project Based Learning* dalam membelajarkan, serta memfokuskan keterlibatan siswa dalam menghasilkan suatu produk. Penelitian sebelumnya dengan judul “Menumbuhkan Sikap Sosial melalui Pembelajaran *Project Based Learning* pada Pendidikan Agama Islam” menjadi pendukung dan penguat pada proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti (Jamal, Najiha & Saputri, 2023).

Proses *Project Based Learning*

Mampu meningkatkan kreativitas dan empati sosial siswa melalui keterlibatan aktif dalam proyek yang berkaitan dengan kondisi nyata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PjBL dapat meningkatkan partisipasi, kerja sama, serta melatih siswa memahami permasalahan sosial secara lebih empatik melalui pengalaman belajar langsung. Penelitian tersebut relevan dengan penelitian penulis karena sama-sama menggunakan PjBL sebagai pembelajaran berbasis proyek yang berpusat pada siswa. Melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan proyek, siswa memperoleh pengalaman belajar yang kontekstual sehingga lebih mudah mengembangkan ide dalam menyusun teks iklan berdasarkan kondisi nyata di lingkungan sekitar. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang mendukung perbedaan hasil *posttest* pada penelitian ini.

Perbedaan hasil belajar siswa kelompok kontrol dan eksperimen.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat perbedaan hasil belajar antara kelompok kontrol dan kelompok eksperimen setelah diterapkannya *Project Based Learning* berbasis empati sosial. Penerapan *Project Based Learning* berbasis empati sosial menunjukkan adanya perbedaan hasil *posttest* antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, serta keterlibatan siswa secara langsung dalam kegiatan observasi, wawancara, diskusi kelompok, dan penyusunan proyek iklan sehingga siswa lebih mudah memahami materi dan menumbuhkan ide tulisan kreatif. Kelompok eksperimen memperoleh rata-rata perbedaan hasil *posttest* tersebut diduga dipengaruhi oleh tahapan *Project Based Learning* yang memberikan kesempatan kepada siswa untuk melakukan observasi secara langsung, melakukan wawancara dengan pedagang, serta mengolah informasi yang diperoleh menjadi teks iklan. Pengalaman belajar tersebut membantu siswa menyusun struktur teks iklan secara lebih lengkap serta menggunakan kalimat persuasif yang lebih sesuai dibandingkan kelompok kontrol.

Hasil proyek terhadap pengembangan empati sosial

Berdasarkan proyek yang dikerjakan secara kolaborasi, terlihat adanya keterlibatan siswa dalam proses observasi, wawancara, dan penyusunan proyek iklan yang memberikan konteks pembelajaran berbasis empati sosial. Dalam penelitian ini, empati sosial digunakan sebagai konteks pembelajaran selama pelaksanaan *Project Based Learning* dan tidak diukur sebagai variabel penelitian. Oleh karena itu, pembahasan difokuskan pada keterampilan menulis teks iklan berdasarkan hasil *posttest* selama penyusunan proyek secara kolaborasi. Selama proses wawancara dengan pedagang siswa memperoleh informasi mengenai produk yang dijual sekaligus memahami kondisi dan usaha pedagang. Pengalaman tersebut mendorong siswa untuk tidak hanya berfokus pada pembuatan iklan semata, tetapi juga memikirkan bagaimana iklan dapat membantu memperkenalkan usaha pedagang kepada siswa di lingkungan sekolah. Terlihat dari pemilihan nama produk dalam iklan tersebut “Es Cao Istanbul cak pri” penggunaan kata

“istanbul” menunjukkan Upaya siswa dalam memberikan daya Tarik pembeli terhadap produk yang dijual oleh penjual. Siswa juga mencantumkan identitas pedagang melalui kalimat “cak pri” yang menunjukkan adanya pengenalan terhadap penjual sebagai bagian penting dari isi iklan pencantuman identitas, hal tersebut menunjukkan bahwa siswa berusaha menyusun isi iklan berdasarkan informasi yang diperoleh selama proses observasi. Untuk membantu memperkenalkan usaha pedagang secara lebih dekat pada konsumen. Hasil proyek menunjukkan bahwa siswa memanfaatkan informasi hasil observasi untuk menyusun isi iklan yang lebih sesuai dengan kondisi produk yang dipromosikan. Pada penyusunan isi iklan yang menonjolkan keunggulan produk seperti “mengandung 100% gula asli” kalimat tersebut menunjukkan bahwa siswa juga menambahkan gambar minuman yang menarik sehingga pamphlet tampak lebih kreatif. Temuan ini menunjukkan bahwa kontekss empati sosial dapat diterapkan dalam pelaksanaan *Project Based Learning* untuk mendukung kegiatan pembelajaran menulis teks iklan. Didukung juga oleh penelitian sebelumnya, perkembangan empati sosial siswa terlihat melalui kemampuan memahami kondisi orang lain, menunjukkan sikap peduli serta memberikan respon positif terhadap lingkungan disekitarnya, kemampuan ini membantu siswa menjadi lebih peka dan mampu membangun sikap peduli dalam kehidupan sehari-hari (Mujur, 2025).



Gambar 5. Proyek Iklan Kelompok 3

Gambar proyek menunjukkan bahwa siswa telah mampu menyusun struktur teks iklan secara lengkap, menggunakan kalimat persuasif dan imperatif, serta menyajikan informasi produk sesuai hasil observasi. Selain itu, desain visual yang digunakan mendukung penyampaian pesan iklan sehingga produk yang dihasilkan lebih komunikatif. Penerapan *Project Based Learning* berbasis empati sosial memberikan manfaat yang tidak hanya terbatas pada kemampuan keterampilan menulis teks iklan, tetapi juga pada keterampilan sosial siswa. Melalui kegiatan observasi, wawancara dan penyusunan proyek secara berkelompok, siswa memperoleh pengalaman belajar yang kontekstual sehingga mampu meningkatkan kreativitas, kemampuan komunikasi, kerjasama. Interaksi dengan lingkungan sekitar sebagai bagian dari proses pembelajaran temuan ini menunjukkan bahwa penerapan *Project Based Learning* berbasis empati sosial bukan hanya mengoptimalkan keterampilan menulis melainkan memberikan kontekss pembelajaran

yang berkaitan dengan empati sosial terhadap sekitar, berpikir kritis, serta bekerjasama. Oleh karena itu, penerapan *Project Based Learning* berbasis empati sosial menunjukkan hasil *posttest* keterampilan menulis teks iklan yang lebih tinggi dibandingkan pembelajaran menggunakan metode ceramah. sebagai alternatif pembelajaran dalam optimalisasi keterampilan menulis teks iklan siswa SMP serta memberi peranan positif bagi guru dalam merancang pembelajaran Bahasa Indonesia lebih bermakna. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan desain *Posttest-Only Nonequivalent Control Group Design* sehingga tidak dapat menunjukkan perubahan kemampuan siswa sebelum dan sesudah perlakuan. Selain itu, penelitian ini belum menggunakan instrumen khusus untuk mengukur empati sosial sehingga pembahasan mengenai empati sosial hanya didasarkan pada proses pembelajaran yang berlangsung selama kegiatan *Project Based Learning*.

PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan hasil *posttest* keterampilan menulis teks iklan antara kelas eksperimen dan kelas kontrol. Kelompok eksperimen memperoleh rata-rata hasil *posttest* sebesar 85, sedangkan kelas kontrol memperoleh rata-rata sebesar 65,75. Hasil uji statistik menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), sehingga terdapat perbedaan hasil *posttest* yang signifikan antara kedua kelompok. Dengan demikian, penerapan *Project Based Learning* berbasis empati sosial menunjukkan hasil *posttest* keterampilan menulis teks iklan yang lebih tinggi pada kelompok eksperimen dibandingkan kelompok kontrol. Dalam penelitian ini, empati sosial berfungsi sebagai konteks pembelajaran dan tidak diukur sebagai capaian pembelajaran. Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar kajian selanjutnya memperluas penerapan *Project Based Learning*. Baik pada keterampilan berbahasa yang berbeda, maupun mengombinasikannya dengan materi yang berkaitan dengan empati sosial misalnya pada teks narasi. Berdasarkan temuan tersebut, *Project Based Learning* berbasis empati sosial dapat digunakan sebagai salah satu alternatif pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya dalam pembelajaran menulis teks iklan. Guru dapat memanfaatkan lingkungan sekitar sebagai sumber belajar agar siswa memperoleh pengalaman nyata dalam mengembangkan ide dan menyusun teks iklan secara kontekstual.

DAFTAR RUJUKAN

- Astuti, F. R., Sahara, I. R., & Gusmaneli, G. (2025). Pelaksanaan Pembelajaran Berbasis Proyek (PjBL) dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 3(1), 01-15. <https://doi.org/10.55606/jubpi.v3i1.3390>
- Fadhlurrohman, S. (2023). Kemampuan Memahami Teks Iklan, Slogan, dan Poster Siswa SMP. *Journal Language Education, Linguistics, and Culture*, 3, 146–151. <https://doi.org/10.25299/j-lelc.2023.12791>
- Febrian, R., Febriani, Rahmawati, S., & Saskia. (2025). Penerapan Metode Project-Based Learning Dalam Pembelajaran IPS Untuk Meningkatkan Kreativitas Dan Empati Sosial Siswa Sekolah Dasar, 2(2,) 43–53. <https://doi.org/10.31004/ijisk.v2i2.158>
- Harahap, A. A. (2025). Pengembangan Empati Sosial Melalui Bimbingan Kelompok Dengan Metode Sosiodrama Pada Siswa Kelas VIII SMP DI UPT SPF SMP N 1 Patumbak. *Jurnal Mudabbir*, 5, 216–222. <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v5i2.1159>
- Jamal, Najihah, I., Saputri, S. N., Hasbiyallah, & Tarsono. (2023). Menumbuhkan Sikap Sosial melalui Pembelajaran *Project Based Learning* pada Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10), 7834–7841. <https://doi.org/10.54371/iiip.v6i10.2489>
- Mujur, C. D. I. (2025). Pengembangan Buku Teks Peradaban Lampu Berbasis PjBL untuk Menumbuhkan Karakter Empati Anak. *JURNAL Edueco Universitas Balikpapan*, 8(2),

- 496–510. <https://doi.org/10.36277/edueco.v8i2.363>
- Neang, M. Y., Puang, M. Y., & Bunga, M. H. D. (2024). Pengaruh Model *Project Based Learning* Terhadap Keterampilan Menulis Iklan. *Jurnal Pendidikan Dasar Indonesia*, 8(1), 124–132. https://doi.org/10.23887/jurnal_pendas.v8i1.3093
- Novieanti, L. I., Sujinah, & Fatin, I. (2024). Pengimplementasian *Project Based Learning* dalam Membangun Kompetensi Menulis Teks Berita Siswa dengan Muatan Kearifan Lokal. *Jurnal IDEAS: Pendidikan Sosial, dan Budaya*, 10(3), 667–678. <https://doi.org/10.32884/ideas.v10i3.1732>
- Noviyanti, E., Sudirtha, I. G., & Widiartini, N. K. (2023). Pengaruh Pembelajaran Teaching Factory (Tefa) Berbasis Model *Project Based Learning* (PjBL) Untuk Meningkatkan Inovasi Produk Cake Dan Kue Indonesia (Pcki) Melalui Kreativitas Peserta Didik *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan Indonesia*, 13(1), 77–89. <https://doi.org/10.23887/jpepi.v13i1.2089>
- Ramdhani, S., Astini, B. N., & Rahmayani, I. (2021). Kemampuan Menulis Teks Iklan Berdasarkan Struktur dan Kaidah Kebahasaan Siswa kelas VIII SMPN 17 Mataram. *Jurnal Bastrindo*. <http://dx.doi.org/10.58258/pendibas.v2i1.6754>
- Rahmadani, D., Irgandi, I., Hafizah, N., Julia, R., Pendidikan, F. I., & Padang, U. N. (2024). Kemampuan Menulis Teks Persuasif pada Siswa Kelas IV di SDN 13 Limo Suku Kabupaten Agam. *Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 4 (3), 24-33. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v4i3.3822>
- Rina, S. S., & Ansar, H. K. (2024). Meningkatkan Keterampilan Menulis Iklan, Slogan, dan Poster melalui Penerapan Media Canva Kelas VIII SMP Negeri 2 Sungguminasa. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 10(04), 321–329. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v10i04.4470>
- Samun, M. T., Erawan, D. G. B., & Wedasuwardi, I. A. M. (2025). Penerapan Model Pembelajaran *Project Based Learning* untuk Meningkatkan Keterampilan Menulis Teks Iklan pada Siswa Kelas VIII C SMP Slub Saraswati 1 Denpasar Tahun Pelajaran 2024/2025. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 10(1), 56–69. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/jipbsi/article/view/11396>
- Sihite, E., Tampubolon, G., Sianturi, H., Sidabutar, H., Lumbantoruan, R., Simbolon, Y., & Puteri, A. (2025). *Membangun Keterampilan Menulis Melalui Pengembangan Bahan Ajar Iklan , Slogan , dan Poster Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia*. 3(1), 440–445. [10.57235/ijedr.v3i1.4717](https://doi.org/10.57235/ijedr.v3i1.4717)