



## **Pengembangan Materi Wacana Iklan Layanan Masyarakat Mata Kuliah Wacana di prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Jambi**

**Imam Suwardi Wibowo, Agus Setyonegoro, Priyanto**

Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra FKIP Universitas Jambi

imam.suwardi@unja.ac.id, agussetyonegoro@unja.ac.id, priyanto@unja.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengembangkan materi mata kuliah Wacana di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi. Penelitian pengembangan didasarkan kesulitan mahasiswa dalam menganalisis wacana. Dalam penelitian pengembangan ini dilengkapi dengan berbagai contoh wacana iklan yang sering ditemui oleh mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) penilaian ahli materi yang mencakup aspek kesesuaian isi, kelayakan bahasa, kelayakan penyajian, kontekstual memperoleh rata-rata skor 88.4175; 2) hasil ahli desain 86.768; 3) uji coba perorangan terhadap 3 orang mahasiswa memperoleh nilai rata-rata mencapai 87.81 dengan kategori valid; 4) hasil uji coba terbatas terhadap 38 responden mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi semester 5 diperoleh presentase rata-rata N-Gain kognitif 0.58 dan Psikomotor 0.53. Materi yang dilengkapi dengan contoh iklan layanan masyarakat yang sering ditemui mahasiswa ini menunjukkan bahwa materi sebagai bahan ajar diperlukan mahasiswa sebagai panduan dalam menganalisis wacana iklan layanan masyarakat.

**Kata Kunci:** Pengembangan materi, wacana iklan

### **Abstract**

*This study aims to develop the Discourse course materie in the Indonesian Language and Literature Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, University of Jambi. Development research is based on students' difficulties in analyzing discourse. In this floating research, it is completed with examples of advertising discourse that is often encountered by students. Based on the results of the study it can be concluded as follows: 1) evaluation of material experts which includes aspects of content suitability, language suitability, presentation eligibility, contextuality obtain an average score of 88,4175; 2) the design expert results 86,768; 3) individual trials of 3 students received an average score of 87.81 with a valid category; 4) the results of a limited trial of 38 respondents of the Language and Literature Education Study Program Faculty of Teacher Training and Education, University of Jambi semester 5 obtained an average percentage of cognitive N-Gain 0.58 and Psychomotor 0.53. The materie, which is equipped with examples of public service advertisements that are often encountered by students, shows that the materie as teaching material is needed by students as a guide in analyzing public service advertisement discourse.*

**Keywords:** Materie development, advertisement discourse

## PENDAHULUAN

Pemahaman dalam analisis wacana iklan memerlukan berbagai pemahaman terhadap teks, makna, pesa, dan gambar yang terdapat di dalam wacana. Iklan layanan masyarakat menjadi salah satu sarana yang digunakan oleh pembuat iklan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Dalam menganalisis iklan ini mahasiswa memerlukan pemahaman untuk memahami makna dan pesan yang terdapat dalam iklan. Untuk memandu mahasiswa dalam menganalisis wacana, dalam mata kuliah wacana perlu adanya penunjang pembelajaran berupa bahan ajar.

Pembelajaran selalu mengalami pembaharuan baik proses mau pun bahan ajar yang digunakan. Pembaharuan itu terlihat dari bagaimana cara pendidik mengajar dan gaya belajar peserta didik yang pada akhirnya untuk mencapai hasil belajar yang diharapkan. Capaian belajar dapat dilihat dari kemampuan, kreativitas, dan pengetahuan peserta didik setelah mengikuti proses pembelajaran. Kesadaran dan keterbukaan siswa saat mengikuti proses pembelajaran berhubungan dengan nilai siswa (Berlin, Tavani, & Beasançon, 2016). Salah satu hasil penelitian dari (Tuwa & Faraz, 2018) menunjukkan bahwa kreativitas mengajar guru juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi belajar siswa.

Keberhasilan pembelajaran dapat terwujud sesuai metode dan perangkat pembelajaran yang digunakan. Salah satu perangkat pembelajaran yang digunakan adalah “buku sebagai bahan ajar menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan kesuksesan pelaksanaan pembelajaran. Buku teks pelajaran merupakan perangkat utama atas pelaksanaan kurikulum dan buku non teks pelajaran merupakan sarana pendukung untuk memfasilitasi pelaksanaan, penilaian, dan pengembangan bagi peserta didik dan pendidik” (Permendikbud 2016).

Sesuai hasil pembelajaran dari beberapa angkatan berdasarkan ketersediaan materi atau buku wacana mahasiswa di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (PBSI) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Jambi masih banyak mahasiswa kurang tepat dalam mengidentivikasi informasi di dalam teks iklan. Jika hanya mengandalkan atau tergantung pada buku yang selama ini digunakan dalam pembelajaran, peserta didik belum bisa memahami materi, berpikir kritis, terampil, dan kreatif. Berdasarkan alasan itulah maka mendorong peneliti untuk mengembangkan materi bahan ajar yang sesuai dengan tuntutan dan tujuan kurikulum di perguruan tinggi.

Untuk mendukung kemampuan berbahasa yaitu wacana, mahasiswa membutuhkan materi bahan ajar yang juga memuat teoritis. (Eriyanti, 2017) “Bahan ajar yang bersifat teoretis diperlukan sebagai bekal pendukung pencapaian kompetensi keterampilan berbahasa. Oleh sebab itu, bahan ajar

teoretis konseptual yang disajikan disesuaikan dengan keterampilan yang dikembangkan pada diri mahasiswa”. Salah satu bahan ajar yang dapat digunakan adalah materi.

Materi merupakan sebuah bahan yang mudah dipahami oleh peserta didik sesuai tingkat pengetahuan dan usia mereka. Materi dapat dipelajari secara mandiri oleh peserta didik, Prastowo (2015: 106). Selanjutnya Akbar (2013: 33) menyatakan materi dapat dipelajari sendiri oleh peserta didik. Materi dibuat untuk satuan kompetensi mata pelajaran atau bahan ajar. Pengembangan materi sebagai bahan ajar untuk mahasiswa di perguruan tinggi dirasa perlu untuk memudahkan mahasiswa dalam memahami materi dengan mudah. Hasil penelitian pengembangan materi diperguruan tinggi menunjukkan bahwa materi sebagai bahan ajar diperlukan oleh mahasiswa sebagai panduan atau petunjuk dalam kegiatan praktik, Pratiwi, P.H., Hidayah, N., & Martiana, A. (2017).

Pengembangan materi wacana disusun untuk mempermudah mahasiswa dalam menguasai materi wacana yang sesuai dengan kurikulum Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Dalam mengembnagankan materi perlu memperhatikan kualitas materi yang diharapkan. Hasil penelitian pengembangan materi mata kuliah oleh Subekti, T., Alawiyah, E. M. L., & Sumarlan (2016) bahwa setelah dilakukan uji coba draf dua dan penilaian validator kualitas materi hingga kejelasan materi dan soal menunjukkan peningkatan pada aspek mempermudah penyampaian, unsur kepraktisan, ketepatan waktu, dan kejelasan materi dan soal.

Dalam pembelajaran wacana juga perlu dilengkapi dengan Analisis Wacana Kritis (AWK). AWK dalam materi yang dikembangkan diletakkan pada contoh analisis wacana sehingga dapat memberikan pemahaman kepada mahasiswa dalam menganalisis wacana. Seuai penelitian (Silaswati, 2016) yang mnegungkapkan bahwa “penerapan model pembelajaran Analisis Wacana Kritis (AWK) Ideologi Feminisme beserta bahan ajarnya dalam kegiatan pembelajaran pengkajian wacana merupakan wahana yang efektif bagi pengembangan daya nalar dan cara berpikir kritis mahasiswa, sehingga kegiatan belajar pengkajian beserta bahan ajarnya dapat dimanfaatkan sebagai alternatif dalam pengembangan kegiatan pembelajaran pengkajian wacana”. Dengan mempelajari analisis wacana kritis dapat memngambngkan nalar dan pemikiran kritis mahasiswa. Untuk memenuhi hal ini materi dikembangkan dengan memuat analsisi wacana kritis.

Wacana iklan layanan masyarakat menarik untuk diteliti dan dijadikan materi atau contoh dalam pengajaran analysis wacana. Penelitian Setiawan, Y. B., & Fanani, F. (2017) tentang iklan layanan masyarakat salah satu instansi memberikan pemahaman bahwa dalam membangun iklan layanan masyarakat perlu memperhatikan gender, efektivitas pesan iklan, dan sasaran iklan layanan masyarakat. Tujuannya agar tidak ada pihak yang dirugikan dalam menafsirkan bahsa dan gambar atau foto yang

digunakan dalam iklan layanan masyarakat tersebut. Selanjutnya Fatni, C. I. A. D., Sudiana, I. N., & Martha, I. N. (2015) dmelalui penelitiannya mengungkapkan bahwa dalam iklan layanan masyarakat juga terdapat praktik sosiokultural yang turut memengaruhi tampilan iklan agar pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat dapat tercapai.

Dalam menganalisis wacana mahasiswa perlu memperhatikan penggunaan kalimat. Penggunaan kalimat di dalam iklan ada yang baku dan tidak baku meski banyak yang tidak baku. Merujuk penelitian Asnidar, A. (2018) mengungkapkan bahwa model kalimat yang ditemukan dari analisis teks pada wacana iklan adalah kalimat metafora, metafora pencitraan, frasa adjektiva, pewatas.

Penelitian tentang wacana iklan pernah dilakukan oleh Musaffak (2015) yang menjelaskan struktur iklan makanan dan minuman pada televisi terdiri atas butir utama, butir penjelas, dan butir penutup. Setiap bagian struktur terdiri atas proposisi sebagai berikut. Butir utama iklan terdiri atas empat proposisi, yaitu: (1) kalimat yang memberikan keuntungan bagi calon konsumen; (2) kalimat judul dan subjudul berupa merek produk dengan istilah asing atau terkesan unik; (3) kalimat tanya yang ditujukan kepada konsumen sesuai dengan khalayak sasaran; (4) perintah kepada calon konsumen untuk melakukan sesuatu. Butir penjelas terdiri atas 3 proposisi, yaitu: (1) alasan subjektif berupa hal-hal yang dapat mengajak emosi calon konsumen untuk menggunakan produk tertentu; (2) alasan objektif berupa informasi yang dapat diterima oleh nalar calon konsumen; serta (3) campuran alasan subjektif dan objektif. Butir penutup iklan dikembangkan dengan tiga teknik, yaitu: (1) teknik keras berupa tuntutan kepada calon konsumen untuk bertindak dengan cepat; (2) teknik lunak yang bertujuan mengingatkan nama maupun keunggulan produk; (3) campuran teknik keras dan lunak. *Kedua*, fungsi bahasa yang terdapat dalam iklan produk makanan dan minuman pada televise meliputi: (1) fungsi informasi berupa rasa, bahan, keunggulan, kandungan, manfaat, dan memberitahukan produk baru; (2) fungsi persuasif berupa ajakan untuk melakukan sesuatu; (3) fungsi membangun citra untuk membentuk citra positif produk pada calon konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Model pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model ADDIE (*Analysis-Design-Development-Implementation-Evaluation*) yang dikembangkan oleh Molenda dan Reiser (2003). Model ini sering digunakan untuk menggambarkan pendekatan sistematis untuk pengembangan instruksional. Molenda menyatakan “*I am satisfied at this point to conclude that the ADDIE model is merely a colloquial term used to describe a systematic approach to instructional development, virtually synonymous with instructional systems development (ISD)*”. Selain itu, Molenda juga menyatakan bahwa model ADDIE

merupakan model pembelajaran yang bersifat umum dan sesuai digunakan untuk penelitian pengembangan. Ketika digunakan dalam pengembangan, proses ini dianggap berurutan tetapi juga interaktif (Molenda, 2003). Sejalan dengan pendapat Molenda, Cheung (2016:4) menyatakan bahwa ADDIE adalah model yang mudah untuk digunakan dan dapat diterapkan dalam kurikulum yang mengajarkan pengetahuan, keterampilan atau pun sikap. Cheung menyatakan *“The advantage of the ADDIE model is that it is simple to use and can be applied to curriculum that teaches knowledge, skills, or attitudes”*. Instrumen dihitung dengan menggunakan jumlah skor kriterium. Untuk menentukan kategori tanggapan yang diberikan ahli media, ahli materi, mahasiswa terhadap suatu kriteria dilakukan dengan cara mencocokkan hasil persentase rata-rata tanggapan dengan kriteria positif.

**Tabel 1. Tingkat Kriteria Tanggapan**

No.	Persentase	Tingkat Kevalidan dan Kepraktisan
1.	85 % ≤	Sangat Positif
2.	70 % ≤ < 85 %	Positif
3.	50% ≤ < 70%	Kurang Positif
4.	< 50%	Tidak Positif

(Arikunto,2009)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan materi analisis wacana iklan ini telah melalui tahapan R&D yaitu: 1) analysis, 2) design, 3) development, 4) implementation, 5) evaluation.

### Analysis

#### 1. Pra perencanaan produk yang akan dikembangkan

Hasil observasi dan wawancara terhadap mahasiswa diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa masih kesulitan menguasai materi wacana khususnya analisis wacana iklan. Hal ini dikarenakan bahan bacaan tentang contoh-contoh analisis wacana iklan. Contoh analisis wacana yang sering ditemui oleh mahasiswa rata-rata adalah analisis wacana pada berita. Mahasiswa membutuhkan contoh-contoh analisis wacana iklan yang mudah dijumpai. Maka, peneliti mengembangkan materi analisis wacana ini dengan dilengkapi contoh berbagai iklan layanan masyarakat yang sering dan mudah ditemui oleh mahasiswa. Hal ini juga didasari atas

beberapa keinginan mahasiswa ketika akan melaksanakan praktik mengajar di SMP terkait caontoh analisis wacana iklan.

## **2. Sumber daya yang tersedia**

Bahan bacaan yang tersedia untuk menunjang perkuliahan wacana bagi mahasiswa program studi pendidikan bahasa dan sastra fkip universitas Jambi memang cukup banyak. Namun, untuk analisis wacana iklan layanan masyarakat yang mudah ditemui tidak ada. Maka, disusunnya materi ini untuk menambah bahan bacaan yang dapat digunakan oleh mahasiswa. Dengan memamfaatkan berbagai iklan layanan masyarakat yang sering mahasiswa temui di jalan seperti daerah Kota Jambi dan Kabupaten Muaro Jambi yang menjadi lokasi kampus tempat kuliah, maka diambillah iklan yang memenuhi kriteria analisis wacana.

### **Design**

pada tahap desain ini peneliti merancang materi sesuai dengan analisis yang telah dilakukan. Pengembangan materi ini didesain sekompleks mungkin guna memenuhi kebutuhan mahasiswa PBSI FKIP Universitas Jambi dalam mata kuliah wacana. Adapun desain yang dirancang penulis meliputi pembagian bab yang jelas dan terurut, tujuan pembelajaran di setiap bab, penyajian materi yang disertai contoh analisis wacana iklan, rangkuman dari penyajian materi, uji kompetensi, serta referensi. Desain yang penulis rancang dapat dijabarkan sebagai berikut.

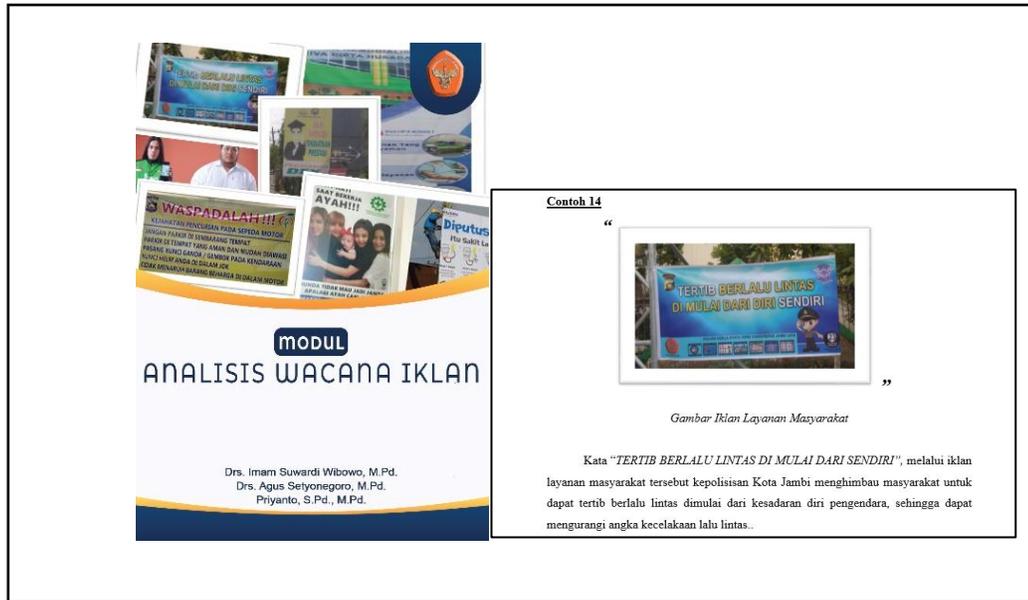
### **Development**

Setelah medisai bahan ajar atau materi maka selajutnya peneliti mengembangkan hal-hal yang telah menjadi disai penulis. Pada pengembangan ini penulis menetapkan dua hal untuk dikembangkan yang pertama adalah RPS dan yang kedua adalah bahan ajar ini sendiri. Pengembangan materi meliputi: 1) bagian awal yang terdiri dari sampul, bab yang akan dibahas, tujuan pembelajaran beserta uraian; 2) bagian isi yang berisi penyajian materi yang dilengkapi dengan berbagai contoh wacana iklan yang sering ditemui oleh mahasiswa; 3) bagian akhir yang terdiri dari uji kompetensi, dan daftar referensi terkait materi yang disajikan.

### **Implementasi dan Evaluasi (*Implementation and evaluation*)**

Pada tahap ini, akan diadakan uji coba produk kepada mahasiswa yang mengambil mata kuliah wacana di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi. Namun sebelum dilakukan ujicoba, penulis memberikan front angket penilaian terkait dua aspek kepada ahli, yakni ahli materi dan ahli desain. Ahli materi dan ahli disain bertugas memberi nilai, masukan dan saran terkait produk yang dikembangkan. Setelah produk

dinyatakan valid maka produk siap diujicobakan. Adapun aspek-aspek yang dinilai dari ahli materi dan ahli disain dapat dilihat dari tabel sebagai berikut.



Gambar 1

Tabel 2. Hasil Validasi Ahli Materi

No	Aspek yang Dievaluasi	Persentase Skor Responden
1	Kesesuaian isi	86.67
2	Kelayakan bahasa	90
3	Kelayakan penyajian	92
4	Kontekstual	85
<b>Jumlah Skor Pengguna</b>		<b>353.67</b>
<b>Rata-rata Skor</b>		<b>88.4175</b>

Berdasarkan pada tabel di atas, aspek yang divalidasi oleh ahli mengenai materi mata kuliah wacana ada enam aspek. Setelah dijumlahkan dan dibagi dengan enam aspek tersebut, maka diperoleh nilai rata-rata 88.4175 dengan kategori valid.

**Tabel 3. Hasil Validasi Ahli Disain**

No	Aspek yang Dievaluasi	Persentase Skor Responden
1	Format	86.67
2	Organisasi	87.5
3	Daya Tarik	86.67
4	Ukuran huruf	88
5	Konsistensi	85
	<b>Jumlah</b>	433.84
	<b>Rata-rata</b>	86.768

Berdasarkan pada tabel di atas, setelah dilakukan penilaian oleh validator ahli desain materi yang dikembangkan layak digunakan dengan nilai rata-rata 86.768. Setelah dinyatakan valid oleh ahli materi dan ahli disain maka materi dapat diujicobakan.

Setelah dinyatakan valid oleh ahli materi dan ahli disain maka materi dapat diujicobakan. Pada penelitian ini dilakukan uji coba perorangan dan uji coba kelompok kecil. Uji coba perorangan dilakukan kepada 3 orang mahasiswa yang mengisi lembar penilaian terkait produk yang dikembangkan. Sedangkan uji coba dilakukan kepada 3 orang mahasiswa. Adapun data uji coba tersebut dapat diuraikan dibawah ini.

**Tabel 4. Data Uji Coba Perorangan (*One to One Learner*)**

No	Aspek yang Dievaluasi	Persentase Skor Responden			% Rata-Rata
		01	02	03	
1	Kelayakan isi	83.34	83.34	83.34	83.34
2	Kelayakan bahasa	90	90	86.67	88.89
3	Kelayakan penyajian	88	92	96	92
4	Kontekstual	85	85	90	87
	<b>Rata-Rata</b>	86.585	87.585	89.25	87.81

Berdasarkan tabel di atas setelah dilakukan uji coba perorangan terhadap 3 orang mahasiswa yang mengontrak mata kuliah wacana. Hasil uji coba materi oleh mahasiswa pertama diperoleh nilai rata-rata 86.585 dengan kategori valid, mahasiswa kedua 87.585 dengan kategori valid, dan mahasiswa ketiga 89.25 dengan kategori valid. Nilai rata-rata mencapai 87.81 dengan kategori valid.

Selanjutnya dilakukan uji coba kelompok besar kepada 38 mahasiswa untuk memperoleh data kognitif dan psikomotorik. Data diperoleh dari perhitungan statistik sebagai berikut.

### **Kognitif**

$$\begin{aligned} \text{N-gain} &= \frac{S_{\text{postes}} - S_{\text{pretes}}}{S_{\text{maksimum}} - S_{\text{pretes}}} \\ &= \frac{70.77 - 30}{100 - 30} = \frac{40,77}{70} = 0.58 \end{aligned}$$

### Psikomotorik

$$\begin{aligned} \text{N-gain} &= \frac{S_{\text{postes}} - S_{\text{pretes}}}{S_{\text{maksimum}} - S_{\text{pretes}}} \\ &= \frac{71 - 39.32}{100 - 39.32} = \frac{31.68}{60.68} = 0.53 \end{aligned}$$

### Kategori N-gain

Jika  $g \geq 0.70$ , maka N-gain yang dihasilkan termasuk tinggi.

Jika  $0.7 > g \geq 0.30$ , maka N-gain yang dihasilkan termasuk kategori sedang

Jika  $g, 0.30$  maka N-gain yang dihasilkan termasuk kategori lemah.

Berdasarkan perhitungan statistik di atas terkait kemampuan kognitif, selisih kemampuan kognitif postes dengan pretes yaitu 0,59 yang memenuhi kategori pertama maka N-gain berkategori sedang. Selanjutnya untuk kemampuan psikomotorik mahasiswa mendapatkan rata-rata 0.53 yang memenuhi kriteria kategori ke-dua maka N-gain berkategori sedang. Perbandingan nilai pretes dan postes pada aspek kognitif meningkat dari kategori rendah dengan rata-rata 30 ke kategori sedang dengan rata-rata 70.77. Selain itu pada aspek psikomotor juga menunjukkan hal yang sama dari nilai pretes dengan rata-rata 39.32 yang berkategori rendah dan meningkat saat postes menjadi rata-rata 71.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) penilaian ahli meteri yang mencakup aspek kesesuaian isi, kelayakan bahasa, kelayakan penyajian, kontekstual memperoleh rata-rata skor 88.4175; 2) hasil ahli desain 86.768; 3) uji coba perorangan terhadap 3 orang mahasiswa memperoleh nilai rata-rata mencapai 87.81 dengan kategori valid; 4) hasil uji coba terbatas terhadap 38 responden mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi semester 5 diperoleh presentase rata-rata N-Gain kognitif 0.58 dan

Psikomotor 0.53. Berdasarkan hasil simpulan tersebut dapat diketahui bahwa materi layak digunakan sebagai bahan ajar dalam mata kuliah Wacana di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi. Materi yang dilengkapi dengan contoh iklan layanan masyarakat yang sering ditemui mahasiswa diperlukan sebagai panduan dalam menganalisis wacana iklan layanan masyarakat.

## Daftar Rujukan

- Akbar, Sa'dun. 2013. *Instrumen Perangkat Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Arikunto, S. 2009. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Asnidar, Anin. "ANALISIS WACANA KRITIS IKLAN OPERATOR SELULER." *KONFIKS: JURNAL BAHASA DAN SASTRA INDONESIA* 5, no. 1 (2018): 22-27.
- Berlin, N., Tavani, J., & Beasançon, M. (2016). An exploratory study of creativity , personality and schooling achievement. *Education Economics*, 24(5), 536–556.  
<https://doi.org/10.1080/09645292.2015.1117580>
- Fatni, C. I. A. D., Sudiana, I. N., & Martha, I. N. (2015). Analisis Wacana Iklan Layanan Masyarakat Satuan Lalu Lintas Polres Buleleng di Singaraja: Kajian Wacana Kritis Norman Fairclough. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha*, 3(1).
- L. Cheung, “Using the ADDIE Model of instructional design to teach chest radiograph interpretation,” *Journal of Biomedical Education*, vol. 2016, pp. 1–6, 2016.  
DOI <http://dx.doi.org/10.1155/2016/9502572>
- Eriyanti, R. W. (2017). Pengembangan Bahan Ajar Keterampilan Berbicara Interaktif bagi Mahasiswa. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 3(April), 98–106.
- Molenda, M. (2003). In search of the elusive ADDIE model. *Performance improvement*, 42(5), 34-37.  
Retreavet From  
[https://www.researchgate.net/publication/251405713\\_In\\_search\\_of\\_the\\_elusive\\_ADDIE\\_model](https://www.researchgate.net/publication/251405713_In_search_of_the_elusive_ADDIE_model)
- Musaffak, (2015). Analisis Wacana Iklan Makanan dan Minuman pada Televisi Berdasarkan Struktur dan Fungsi Bahasa. *Kembara: Jurnal Keilmuan, Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 1(2), 224-232.  
DOI: <https://doi.org/10.22219>
- Prastowo, A. 2015. *Panduan Kreatif Mmbuat Bahan Ajar Inovatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Pratiwi, P. H., Hidayah, N., & Martiana, A. (2017). Pengembangan materi mata kuliah penilaian pembelajaran sosiologi berorientasi HOTS. *Cakrawala Pendidikan*, 2 (Juni), 201 - 209.  
DOI: <https://doi.org/10.21831/cp.v36i2.13123>

- Setiawan, Y. B., & Fanani, F. (2017). Memahami Wacana Pada Iklan Layanan masyarakat BKKBN Jawa Tengah. *Jurnal The Messenger*, 9(1), 44-54.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v9i1.426>
- Silaswati, D. (2016). Model Analisis Wacana Kritis untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Menganalisis Wacana Berideologi Feminisme. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 2(2), 143-156.
- Subekti, T., Alawiyah, E. M. L., & Sumarlan. (2016). Pengembangan Materi Bahasa Indonesia Bermuatan Nilai Karakter Kebangsaan bagi Mahasiswa PGSD. *Profesi Pendidikan Dasar*, 3(2), 92-101. DOI: <https://doi.org/10.23917/ppd.v3i2.2746>
- Tuwa, P. H., & Faraz, N. J. (2018). Pengaruh Kreativitas Mengajar Guru, Pola Asuh Orang Tua, dan Iklim Sekolah Terhadap Prestasi Belajar Siswa. *Harmoni Sosial Jurnal Pendidikan IPS*, 5(1), 67–78. DOI: <https://doi.org/10.21831/hsjpi.v5i1.13790>