

Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe *Window Shopping* dalam Meningkatkan Hasil Belajar Bahasa Indonesia Materi Ciri Kebahasaan Teks Iklan pada Siswa Kelas VIII C SMP Negeri 19 Kota Malang Tahun Pelajaran 2024/ 2025

Hania Shinta Rahma Putri*

Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia
haniashinta123@gmail.com*

Abstract: Indonesian is a lesson taught in class VIII Junior High Schools (SMP). One of the materials taught is the linguistic characteristics of advertising texts. This gives students knowledge so that they have insight into the linguistic characteristics of advertising texts. However, the results of learning this material still appear to be very low. This is proven by several conditions as follows: (1) the results of learning Indonesian for linguistic characteristics of advertising texts are less than the Minimum Completeness Criteria (KKM); (2) motivation to learn Indonesian is relatively low. Based on the results of these observations, classroom action research was carried out by implementing a cooperative learning model with the window shopping type to improve Indonesian language learning outcomes for class VIII C students at SMP Negeri 19 Malang City for the 2024/2025 academic year as many as 34 students. Data sources are obtained from qualitative and quantitative data. Qualitative data is in the form of student observation sheets, namely non-cognitive diagnostic assessments, while quantitative data is in the form of learning scores regarding linguistic characteristics of advertising texts, namely formative assessments. After implementing the cooperative learning model with the window shopping type, there was an increase in Indonesian language learning outcomes regarding the linguistic characteristics of advertising texts which can be seen from: (1) the average score obtained in cycle I was 85, with students achieving 100% completion, and (2) the average gain in cycle II was 90, with students completing 100%. These data show an increase in student learning outcomes in cycles I and II by 5 points. So, it can be concluded that the application of the cooperative learning model with the window shopping type can improve Indonesian language learning outcomes with material on the linguistic characteristics of advertising texts.

Key Words: window shopping, learning outcomes, linguistic characteristics of advertising texts

Abstrak: Bahasa Indonesia adalah pembelajaran yang diajarkan pada Sekolah Menengah Pertama (SMP) kelas VIII. Salah satu materinya yang diajarkan ialah ciri kebahasaan dari teks iklan. Hal tersebut, memberi pengetahuan peserta didik supaya memiliki wawasan terkait ciri kebahasaan teks iklan. Akan tetapi, hasil pembelajaran materi tersebut terlihat masih sangat rendah. Dibuktikan dengan beberapa kondisi sebagai berikut: (1) hasil belajar Bahasa Indonesia materi ciri kebahasaan teks iklan kurang dari Kriteria Ketuntasan Minimal (KKM); (2) motivasi belajar Bahasa Indonesia tergolong rendah. Berdasarkan hasil observasi tersebut, maka dilaksanakannya penelitian tindakan kelas dengan menerapkan model pembelajaran kooperatif dengan tipe window shopping untuk meningkatkan hasil belajar Bahasa Indonesia pada siswa kelas VIII C SMP Negeri 19 Kota Malang Tahun Pelajaran 2024/2025 sebanyak 34 siswa. Sumber data diperoleh dari data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif berupa lembar observasi siswa yakni asesmen diagnostik non-kognitif, sedangkan kuantitatif berupa nilai pembelajaran materi ciri kebahasaan teks iklan yakni asesmen formatif. Setelah menerapkan model pembelajaran kooperatif dengan tipe window shopping, terdapat peningkatan hasil belajar Bahasa Indonesia materi ciri kebahasaan teks iklan yang dapat dilihat dari: (1) perolehan rata-rata nilai pada siklus I ialah 85, dengan siswa tuntas mencapai 100%, dan (2) perolehan rata-rata pada siklus II yakni 90, dengan siswa tuntas mencapai 100%. Dari data tersebut menunjukkan peningkatan hasil belajar siswa pada siklus I dan II sebanyak 5 poin. Jadi, dapat disimpulkan

bahwa penerapan model pembelajaran kooperatif dengan tipe window shopping dapat meningkatkan hasil belajar Bahasa Indonesia dengan materi ciri kebahasaan teks iklan.

Kata kunci: *window shopping*, hasil belajar, ciri kebahasaan teks iklan

Pendahuluan

Pembelajaran Bahasa Indonesia di tingkat SMP memiliki peran strategis dalam mengembangkan keterampilan berbahasa peserta didik, salah satunya pada kemampuan memahami dan mengidentifikasi ciri kebahasaan teks iklan. Materi ini sangat penting karena iklan merupakan salah satu bentuk teks yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Nurhayatin, dkk. (2020) iklan begitu erat kaitannya dengan dunia pemasaran yang berisi pesan-pesan kepada publik. Kemudian iklan, juga merupakan salah satu bentuk media dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, kata-kata yang muncul umumnya persuasif, imperatif, fakta maupun opini, serta singkat padat dan jelas. Akan tetapi, dalam proses pembelajaran di kelas, tidak sedikit peserta didik yang mengalami kesulitan dalam memahami ciri kebahasaan teks iklan, terutama dalam mengidentifikasi unsur-unsur bahasa yang khas dalam teks iklan tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan awal di kelas VIII C SMP Negeri 19 Kota Malang, terdapat beberapa persoalan sebagai berikut: (1) hasil belajar peserta didik pada materi ini masih tergolong rendah; (2) kurangnya motivasi belajar Bahasa Indonesia peserta didik. Kedua hal tersebut menjadi tugas bagi guru untuk mencari penyelesaiannya. Apabila peserta didik dibiarkan dalam kondisi sedemikian rupa, maka pembelajaran Bahasa Indonesia materi ciri kebahasaan teks iklan tidak bermakna bagi peserta didik, sehingga tujuan pembelajaran tidak tercapai dengan baik.

Pada kenyataannya banyak peserta didik yang mudah bosan dan kurang termotivasi pada saat belajar, apalagi pada mata pelajaran Bahasa Indonesia. Hal tersebut dipertegas oleh Ngatiyem (2023) yang mengatakan bahwa aktivitas belajar tidak semua peserta didik dapat berkonsentrasi lama dan masing-masing peserta didik juga memiliki daya serap yang berbeda terhadap materi yang diberikan. Terdapat peserta didik yang cepat dan ada yang lambat, sehingga perlu berbagai cara untuk menyampaikan pelajaran kepada peserta didik atau dengan istilah lain yang disebut dengan strategi pembelajaran. Pemilihan strategi yang tepat sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dalam mencapai tujuan pembelajaran. Oleh karena itu, guru dituntut terampil dalam memilih metode dan model pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik peserta didik.

Berdasarkan pemaparan di atas dilakukan suatu upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut. Langkah yang diambil yakni mengubah model pembelajaran dengan menerapkan kooperatif tipe *Window Shopping*. Model kooperatif menurut Anita (2021) ialah kegiatan pembelajaran dengan mengelompokkan peserta didik dengan tujuan untuk saling bekerja sama dan membantu mengkonstruksikan konsep serta menyelesaikan permasalahan. Kemudian Indriyani, dkk. berpendapat (2023) *Window shopping* ialah metode pembelajaran yang didasarkan pada kegiatan kerja kelompok dengan cara berkeliling untuk berbelanja materi yang difungsikan menambah wawasan. Model ini menekankan pada kerja

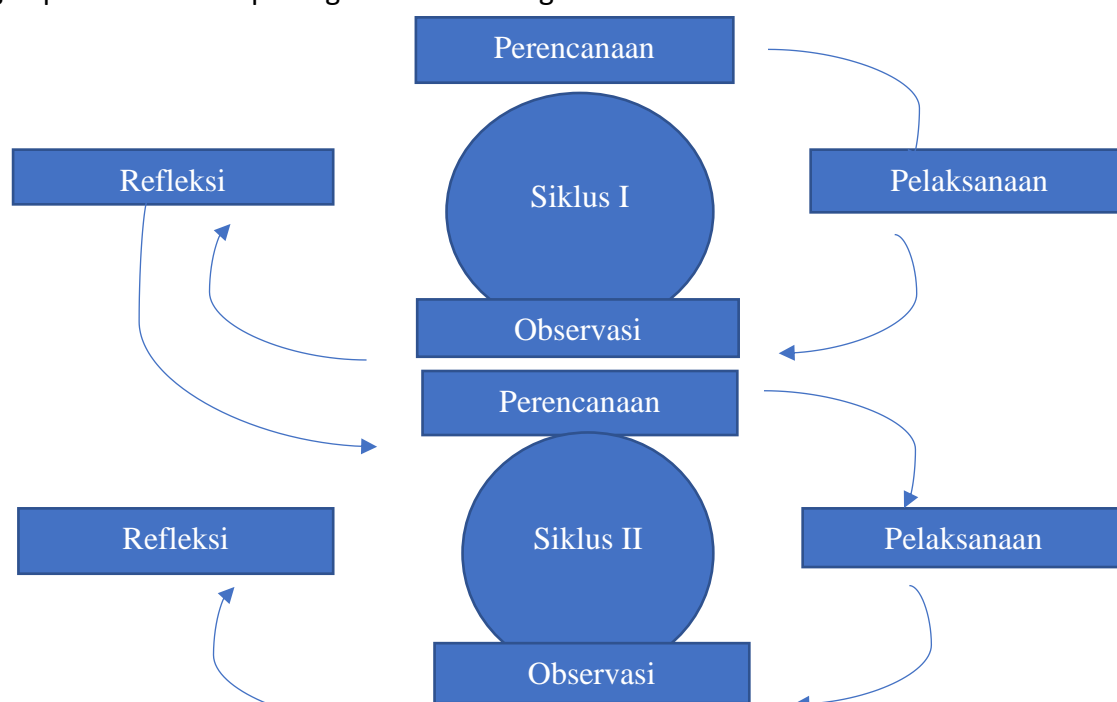
sama antar peserta didik dalam kelompok untuk memahami materi dengan cara interaktif, yang mana peserta didik bergerak secara aktif dari satu pos satu ke pos yang lain untuk mempelajari berbagai informasi yang dipajang di “jendela” atau pos tersebut.

Penerapan model *Window Shopping* diharapkan mampu meningkatkan pemahaman peserta didik terhadap ciri kebahasaan teks iklan. Melalui interaksi dan kolaborasi yang intensif, peserta didik akan dapat lebih mudah memahami materi, sehingga hasil belajar mereka dapat meningkat. Selanjutnya, aktivitas ini tidak hanya melibatkan peserta didik secara fisik, tetapi juga merangsang kemampuan berpikir kritis dan analitis mereka, karena mereka harus berdiskusi dan mengaitkan materi yang mereka temui dari pos satu ke pos yang lainnya. Penelitian ini dilakukan dalam bentuk Penelitian Tindakan Kelas (PTK) yang bertujuan untuk mengevaluasi penerapan model pembelajaran kooperatif tipe *Window Shopping* dalam meningkatkan hasil belajar dan motivasi peserta didik pada pelajaran Bahasa Indonesia dengan materi ciri kebahasaan teks iklan. Penelitian ini dilakukan pada peserta didik kelas VIII C SMP Negeri 19 Kota Malang tahun pelajaran 2024/2025 dengan harapan memberikan kontribusi dalam pengembangan model pembelajaran yang lebih efektif dan relevan sesuai dengan kebutuhan peserta didik.

Metode

Penelitian Tindakan Kelas (PTK) dilaksanakan pada kelas VIII C SMPN 19 Malang dengan jumlah peserta didik sebanyak 34. Maryana dalam (Rosdiani, 2022) mengatakan pada setiap siklus pada PTK meliputi perencanaan, tindakan, pengamatan, evaluasi serta refleksi. Pelaksanaan penelitian sebanyak 2 siklus yang terdiri dari 2 pertemuan dengan masing-masing pertemuan terdiri atas 3 jam pelajaran.

Rancangan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Siklus Penelitian Tindakan Kelas

Sumber data diperoleh dari data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif diperoleh dari lembar observasi siswa yakni asesmen diagnostik non-kognitif, sedangkan kuantitatif berupa nilai hasil analisis ciri kebahasaan teks iklan yakni asesmen formatif.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian Siklus I

a. Proses Pelaksanaan Tindakan

Pertemuan pertama atau siklus pertama dengan menggunakan model pembelajaran Kooperatif tipe Window Shopping berupa kegiatan pada modul yang sudah dirancang oleh guru, yakni kegiatan pendahuluan, inti, dan penutup. Pada kegiatan inti tersebut, guru menerapkan model window shopping sesuai dengan prinsip yang dilakukan oleh Maryana (2023) yang meliputi: (1) pembentukan kelompok; (2) diskusi kelompok; dan (3) penguatan hasil diskusi. Kegiatan penelitian ini, guru memposisikan dirinya sebagai fasilitator dalam kegiatan pembelajaran. Berikut Kegiatan pembelajaran yang sudah dirancang oleh guru.

Pelaksanaan siklus I, pada inti pembelajaran guru membagi siswa ke dalam 6 kelompok, yang mana pada setiap kelompok terdiri atas 6 – 7 peserta didik. Pada pembagian kelompok, guru menggunakan teknik berhitung sehingga terdapat peserta didik yang kecewa serta protes karena tidak berkenan dan tidak sesuai dengan keinginannya, yakni berada dalam satu kelompok dengan teman yang bukan kawannya. Pada pelaksanaannya setiap kelompok diberi LKPD yang nantinya akan digunakan untuk mengerjakan penugasan. Kemudian, guru meletakkan berbagai misi dipos-pos untuk dikerjakan oleh peserta didik.

Pada kegiatan pembelajaran tersebut, untuk mengukur hasil belajar peserta didik, guru membagikan asesmen formatif yang dikerjakan peserta didik secara mandiri. Setelah pengerjaan, guru bersama peserta didik melakukan pembahasan dan langsung mengambil hasil penilaiannya. Peserta didik sangat antusias dalam mengoreksi bersama.

b. Hasil Belajar Bahasa Indonesia Materi Ciri Kebahasaan Teks Iklan dengan Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Window Shopping pada Siklus I

Hasil belajar Bahasa Indonesia materi ciri kebahasaan teks iklan pada Siklus I dengan penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Window Shopping dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Belajar Bahasa Indonesia Ciri Kebahasaan Teks Iklan pada Siklus I

Nilai Tertinggi	97
Nilai Terendah	76
Rata-rata	85
Jumlah Siswa Tuntas	34 (100%)
Jumlah Siswa Tidak Tuntas	-

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tidak semua peserta didik kelas VIII C SMPN 19 Malang dapat menuntaskan hasil belajar pada Bahasa Indonesia. Nilai tertinggi didapatkan adalah 97, sedangkan nilai terendah yakni 76. Kemudian,

rata-rata nilai mencapai 85. Angka ini menunjukkan kurangnya peningkatan hasil belajar dibandingkan pada saat prasiklus. Hasil pengamatan membuktikan, selama diskusi berlangsung hanya sebagian anak yang dapat berbicara dalam kelompok. Hal tersebut karena pembagian kelompok yang belum heterogen, sehingga anggota kelompok yang lain kurang berperan aktif dan terlihat kurang termotivasi pada kegiatan pembelajaran.

Penelitian Siklus II

a. Proses Pelaksanaan Tindakan

Guru mengawali siklus II dengan melihat kembali rencana pembelajaran yang telah disusun termasuk asesmen diagnostik non-kognitif serta tes hasil belajar, dengan memperhatikan hasil refleksi pada siklus I. Pelaksanaan tindakan siklus II dilaksanakan dalam 1 kali pertemuan, alat pengumpul data berupa lembar observasi hasil belajar berupa asesmen formatif yang telah dikerjakan oleh peserta didik.

Berbeda dengan siklus I, pada kegiatan inti model pembelajaran Kooperatif Tipe Window Shopping siklus II guru membagi peserta didik ke dalam 6 kelompok, yang mana setiap kelompok terdiri atas 6 – 7 orang. Pembagian kelompok pada siklus II dikatakan berbeda dengan siklus lalu karena kini berdasarkan cara atau gaya belajar peserta didik. Jadi, sebelum dibentuk kelompok peserta didik diberikan asesmen diagnostik non-kognitif terlebih dahulu untuk menentukan gaya belajar peserta didik. Setelah melaksanakan asesmen diagnostik non-kognitif didapatkan 2 gaya belajar yang dimiliki peserta didik, yakni visual dan kinestetik.

Guru kemudian memetakan gaya belajar peserta didik tersebut dan menyusun pembagian kelompok sesuai gaya belajar masing-masing. Terdapat 4 kelompok kinestetik dan 2 kelompok visual. Peserta didik terlihat sangat senang dengan pembagian yang dilakukan oleh guru, karena sesuai dengan minat dan karakteristik peserta didik tersebut. Setiap kelompok diberi LKPD yang nantinya digunakan untuk mengerjakan soal-soal pada setiap pos. Untuk memfasilitasi keberagaman gaya belajar mereka, pada gaya belajar kinestetik guru akan menempelkan misi pada dinding jendela, kemudian mereka akan bergantian dari pos 1 sampai ke pos 4 dengan dibatasi oleh waktu. Hal tersebut juga dilakukan oleh peserta didik dengan gaya belajar visual, namun bukan ditempel pada jendela melainkan guru menyediakan laptop pada peserta didik sebagai fasilitas belajar visual mereka.

Pada akhir pembelajaran, peserta didik mengerjakan asesmen formatif. Hal tersebut untuk melihat perkembangan dari siklus sebelumnya. Mereka mengerjakan soal tersebut dengan suasana tenang. Setelah selesai pengerjaan, guru bersama peserta didik melakukan pembahasan dan langsung mengambil hasil penilaiannya.

b. Hasil Belajar Bahasa Indonesia Materi Ciri Kebahasaan Teks Iklan dengan Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Window Shopping pada Siklus II

Hasil belajar Bahasa Indonesia materi ciri kebahasaan teks iklan pada Siklus II dengan penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Window Shopping sesuai dengan gaya belajar dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Belajar Bahasa Indonesia Ciri Kebahasaan Teks Iklan pada Siklus II

Nilai Tertinggi	98
Nilai Terendah	82
Rata-rata	90
Jumlah Siswa Tuntas	34 (100%)
Jumlah Siswa Tidak Tuntas	-

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua peserta didik kelas VIII C SMPN 19 Malang dapat menuntaskan hasil belajar pada Bahasa Indonesia. Nilai tertinggi didapatkan adalah 98, sedangkan nilai terendah yakni 82. Kemudian, rata-rata nilai mencapai 90. Angka ini menunjukkan adanya peningkatan hasil belajar dibandingkan pada saat siklus I. Hasil pengamatan membuktikan, selama diskusi berlangsung peserta didik aktif dan semangat dalam pembelajaran. Hal tersebut karena pembagian kelompok yang sudah heterogen sesuai dengan gaya belajar peserta didik, sehingga peserta didik pada masing-masing kelompok sangat berperan aktif dan terlihat termotivasi pada kegiatan pembelajaran.

Pembahasan Antar Siklus

Untuk mengetahui perkembangan pelaksanaan kegiatan model pembelajaran Kooperatif tipe Window Shopping dalam meningkatkan hasil belajar Bahasa Indonesia dengan materi ciri kebahasaan teks iklan, maka disampaikan melalui tabel berikut.

Tabel 3. Perbandingan Hasil Tindakan Antar Siklus

Aspek	Siklus I	Siklus II
Proses atau tindakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembentukan kelompok belum heterogen sesuai dengan gaya belajar peserta didik 2. Peserta didik kurang memahami alur kegiatan pembelajaran. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembentukan kelompok sudah heterogen sesuai dengan gaya belajar peserta didik 2. Peserta didik sudah mengenal alur kegiatan pembelajaran.
Hasil Belajar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rata-rata skor hasil belajar adalah 80 dengan KKM 75. 2. Indikator yang belum optimal ialah: peserta didik kurang memahami adanya fakta dan opini, peserta didik kesulitan membedakan kalimat persuasif dan imperatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rata-rata skor hasil belajar ialah 90 dengan KKM 75. 2. Semua indikator pada materi ciri kebahasaan teks iklan sudah meningkat dengan optimal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan didapatkan kesimpulan bahwa penggunaan model pembelajaran Kooperatif Tipe Window Shopping dalam pelajaran Bahasa Indonesia dengan materi Ciri Kebahasaan Teks Iklan di kelas VIII C SMP Negeri 19 Malang tahun pelajaran 2024/2025 dapat meningkatkan hasil belajar peserta didik sehingga peserta didik mencapai

nilai ketuntasan yang ditentukan. Kemudian, hasil belajar peserta didik meningkat pada setiap siklusnya. Pada saat pelaksanaan siklus I, rata-rata nilai yang diperoleh peserta didik adalah 85 dengan semua peserta didik mendapatkan predikat tuntas. Selanjutnya perolehan rata-rata ini meningkat menjadi 90 pada Siklus II.

Daftar Rujukan

- Anitra, Rien. 2021. *Pembelajaran Kooperatif Tipe Jigsaw dalam Pembelajaran Matematika di Sekolah Dasar*. Jurnal Pendidikan dasar Indonesia, 6(1), 8 – 12. <https://core.ac.uk/reader/389015320>
- Indriyani, Reyang Vivi, dkk. 2023. *Implementasi Model Problem Based Learning Didukung Window Shopping untuk Meningkatkan Hasil Belajar Kognitif*. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(5), 597 – 603. <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/viewFile/215/248>
- Ngatiyem. 2023. *Penerapan Model Pembelajaran Window Shopping untuk Meningkatkan Aktivitas dan Hasil Belajar IPA pada Siswa Kelas IX MTs Darul A'mal Metro*. Jurnal Inovasi Tenaga Pendidik dan Kependidikan, 2(4), 191 – 200. https://www.researchgate.net/publication/378381425_PENERAPAN_MODEL_PEMBELAJARAN_WINDOW_SHOPPING_UNTUK_MENINGKATKAN_AKTIVITAS_DAN_HASIL_BELAJAR_IPA_PADA_SISWA_KELAS_IXF_MTs_DARUL_A'MAL_METRO
- Nurhayatin, Titin, dkk. 2020. *Penerapan Metode Cooperative Learning dalam Pembelajaran Menulis Teks Iklan, Slogan, dan Poster untuk Peningkatan Aktivitas dan Kreativitas Siswa Kelas VIII SMP Pasundan 2 Bandung*. Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang, VI(2), 359 – 379. <https://repository.unpas.ac.id/63437/1/8.%20PENERAPAN%20METODE%20COOPERATIVE%20LEARNING%20DALAM%20PEMBELAJARAN%20MENULIS%20TEKS%20IKLAN%20SLOGAN%20DAN%20POSTER%20UNTUK%20PENINGKATAN%20AKTIVITAS%20DAN%20KREATIVITAS%20SISWA%20KELAS%20VIII%20SMP%20PASUNDAN%202020BANDUNG.pdf>
- Maryana. 2023. *Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Window Shopping dalam Meningkatkan Hasil Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial Materi Kondisi Wilayah Indonesia pada Siswa Kelas VIIA SMP Negeri 2 Kaliangkrik Kabupaten Magelang Tahun Pelajaran 2021/ 2022*. Jurnal Pendidikan Jompa Indonesia, 2(2), 60 – 69. <https://jurnal.jomparnd.com/index.php/jupenji/article/view/633/559>