

**MODUL AJAR DEEP LEARNING**  
**MATA PELAJARAN : BAHASA INDONESIA**  
**BAB 2: MEMBUAT IKLAN, SLOGAN, DAN POSTER**

**A. IDENTITAS MODUL**

**Nama Sekolah** : .....  
**Nama Penyusun** : .....  
**Mata Pelajaran** : **Bahasa Indonesia**  
**Kelas / Fase /Semester** : **VIII / D / I (Ganjil)**  
**Alokasi Waktu** : **14 JP (7 kali pertemuan)**  
**Tahun Pelajaran** : **20.. / 20..**

**B. IDENTIFIKASI KESIAPAN PESERTA DIDIK**

- **Pengetahuan Awal:** Peserta didik pernah melihat, mendengar, atau membaca berbagai iklan di media massa (televisi, radio, internet, koran) dan ruang publik. Sebagian peserta didik dapat mengingat iklan yang menarik perhatian mereka.
- **Minat:** Minat peserta didik bervariasi; beberapa tertarik pada aspek visual (gambar, warna), beberapa pada aspek auditori (jingle, musik), dan lainnya pada pesan atau humor dalam iklan.
- **Latar Belakang:** Peserta didik berasal dari latar belakang yang beragam dengan paparan media yang berbeda-beda, memengaruhi jenis iklan yang mereka kenal.
- **Kebutuhan Belajar:**
  - **Visual:** Peserta didik belajar dengan mengamati contoh-contoh poster, iklan cetak, dan iklan video. Mereka akan merancang elemen visual dalam produk mereka.
  - **Auditori:** Peserta didik belajar melalui diskusi, mendengarkan penjelasan guru, dan menganalisis iklan radio atau jingle pada iklan video.
  - **Kinestetik:** Peserta didik belajar melalui kegiatan praktik membuat poster secara fisik, bermain peran mempresentasikan iklan, atau menempelkan hasil karya di mading kelas.

**C. KARAKTERISTIK MATERI PELAJARAN**

- **Jenis Pengetahuan yang Akan Dicapai:**
  - **Konseptual:** Memahami pengertian, fungsi, ciri-ciri, serta jenis-jenis iklan (komersial dan nonkomersial), slogan, dan poster. Membedakan kalimat imperatif dan persuasif.
  - **Prosedural:** Mengidentifikasi informasi dalam iklan, menganalisis efektivitas pesan, merancang, dan mempresentasikan iklan, slogan, dan poster.
- **Relevansi dengan Kehidupan Nyata Peserta Didik:** Materi ini sangat relevan karena iklan, slogan, dan poster merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Kemampuan menganalisisnya secara kritis membantu peserta didik menjadi konsumen yang cerdas dan warga negara yang informatif.
- **Tingkat Kesulitan:** Sedang. Materi ini menuntut kreativitas dalam pembuatan produk dan kemampuan analisis kritis untuk mengevaluasi pesan tersurat dan tersirat.

- **Struktur Materi:** Materi disusun secara sistematis, dimulai dari pengenalan konsep dasar (mengetahui iklan), analisis mendalam (membedah pesan dan bahasa iklan), hingga penerapan keterampilan (menulis slogan, membuat poster dan iklan).
- **Integrasi Nilai dan Karakter:**
  - **Keimanan dan Ketakwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, dan Berakhlak Mulia:** Mengajak untuk membuat iklan layanan masyarakat yang mempromosikan nilai-nilai kebaikan dan akhlak mulia (misalnya, menjaga kebersihan, peduli sesama).
  - **Bernalar Kritis:** Menganalisis pesan tersurat dan tersirat dalam iklan, mengevaluasi efektivitas iklan, serta membedakan fakta dan opini dalam promosi.
  - **Kreativitas:** Merancang dan menciptakan iklan, slogan, dan poster yang orisinal, menarik, dan efektif dalam menyampaikan pesan.
  - **Kolaborasi/Bergotong Royong:** Bekerja sama dalam kelompok untuk menganalisis, merancang, dan mempresentasikan hasil karya.
  - **Kemandirian:** Mengerjakan tugas-tugas individual seperti membuat kalimat persuasif atau merancang slogan pribadi.
  - **Kepedulian:** Membuat iklan layanan masyarakat yang menunjukkan kepedulian terhadap isu sosial atau lingkungan.

#### **D. DIMENSI PROFIL LULUSAN**

- **Keimanan dan Ketakwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, dan Berakhlak Mulia:** Mampu menciptakan karya yang mengandung pesan moral dan etika yang baik.
- **Kewargaan:** Berpartisipasi aktif dalam menciptakan pesan sosial melalui iklan layanan masyarakat untuk kepentingan bersama.
- **Penalaran Kritis:** Mampu mengevaluasi informasi dari berbagai iklan secara objektif untuk mengambil keputusan yang tepat.
- **Kreativitas:** Menghasilkan karya (iklan, slogan, poster) yang orisinal, bermakna, dan berdampak.
- **Kolaborasi:** Mampu bekerja sama secara efektif dengan orang lain dalam mencapai tujuan bersama.
- **Kemandirian:** Bertanggung jawab atas proses dan hasil belajarnya dalam tugas-tugas mandiri.
- **Kesehatan:** Mempromosikan gaya hidup sehat melalui poster atau slogan.
- **Komunikasi:** Mampu menyampaikan gagasan, pesan, dan pandangan secara efektif, persuasif, dan santun melalui berbagai media.

## DESAIN PEMBELAJARAN

### A. CAPAIAN PEMBELAJARAN (CP)

Pada akhir Fase D, peserta didik memiliki kemampuan sebagai berikut:

- **Membaca dan Memirsa:** Menganalisis informasi berupa gagasan, pandangan, arahan, dan/atau pesan dari berbagai tipe teks berwujud teks visual dan/atau audiovisual untuk menemukan makna yang tersurat dan tersirat; menginterpretasi informasi untuk mengungkapkan kepedulian dan/atau pendapat pro/kontra; dan mengevaluasi kualitas dan/atau kredibilitas dari berbagai tipe teks berwujud teks visual dan/atau audiovisual.
- **Berbicara dan Mempresentasikan:** Mempresentasikan gagasan, pandangan, arahan, dan/atau pesan untuk tujuan pengajuan usul dan pemberian solusi dalam bentuk monolog, dialog logis, dan/atau berbagai tipe teks secara kritis dan kreatif; dan menyajikan ungkapan kepedulian dari berbagai tipe teks dan/atau teks multimodal.
- **Menulis:** Menulis gagasan, pandangan, arahan, pesan, pengalaman, dan/atau imajinasi dalam berbagai tipe teks secara logis, kritis, kreatif, menarik, dan/atau indah; menulis ungkapan kepedulian dan/atau pendapat pro/kontra dalam berbagai tipe teks berbentuk teks multimodal.

### B. LINTAS DISIPLIN ILMU

- **Seni Rupa:** Penerapan prinsip desain visual (komposisi, warna, tipografi) dalam membuat poster dan iklan cetak.
- **Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK):** Penggunaan aplikasi desain grafis (Canva, dll.) untuk membuat poster digital atau video pendek.
- **Pendidikan Kewarganegaraan (PKn):** Pembuatan iklan layanan masyarakat yang berkaitan dengan hak, kewajiban, dan tanggung jawab sebagai warga negara.
- **Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS):** Memahami target pasar atau sasaran khalayak berdasarkan demografi dan kondisi sosial.

### C. TUJUAN PEMBELAJARAN

- **Pertemuan 1:** Peserta didik dapat menjelaskan pengertian iklan, membedakan iklan komersial dan nonkomersial, serta mengidentifikasi informasi penting dalam sebuah iklan. (2 JP)
- **Pertemuan 2:** Peserta didik dapat menginterpretasikan pesan dan menganalisis efektivitas iklan komersial berdasarkan kelengkapan informasinya. (2 JP)
- **Pertemuan 3:** Peserta didik dapat mengidentifikasi pesan dalam iklan nonkomersial (layanan masyarakat) dan menganalisis efektivitasnya. (2 JP)
- **Pertemuan 4:** Peserta didik dapat menjelaskan ciri-ciri slogan dan menulis slogan yang efektif sesuai konteks. (2 JP)
- **Pertemuan 5:** Peserta didik dapat mengidentifikasi dan membuat kalimat imperatif serta persuasif yang umum digunakan dalam iklan. (2 JP)
- **Pertemuan 6:** Peserta didik dapat menjelaskan unsur-unsur poster dan merancang sebuah poster secara kreatif dalam kelompok. (2 JP)
- **Pertemuan 7:** Peserta didik dapat memahami langkah-langkah pembuatan iklan dan membuat sebuah rancangan iklan sederhana secara berkelompok. (2 JP)

## D. TOPIK PEMBELAJARAN KONTEKSTUAL

"Kekuatan Pesan: Bagaimana Iklan, Slogan, dan Poster Memengaruhi Kita Sehari-hari?"

Topik ini menghubungkan materi dengan pengalaman nyata peserta didik, mengajak mereka untuk lebih peka dan kritis terhadap berbagai pesan persuasif di sekitar mereka, dari bungkus jajanan hingga kampanye sosial di media.

## E. KERANGKA PEMBELAJARAN

### PRAKTIK PEDAGOGIK

- **Model Pembelajaran:** *Project-Based Learning (PjBL)*
- **Pendekatan:** *Deep Learning (Mindful, Meaningful, Joyful Learning)*
  - **Mindful Learning:** Peserta didik diajak untuk fokus mengamati detail sebuah iklan, mencermati pilihan kata, gambar, dan suara tanpa langsung menghakimi, untuk memahami bagaimana setiap elemen membangun sebuah pesan.
  - **Meaningful Learning:** Peserta didik menghubungkan materi iklan dengan pengalaman pribadi mereka (misalnya, "Iklan apa yang membuatmu ingin membeli produknya? Mengapa?"), serta dengan isu-isu sosial yang relevan bagi mereka (misalnya, membuat poster tentang *bullying*).
  - **Joyful Learning:** Pembelajaran dikemas melalui kegiatan yang menyenangkan seperti permainan tebak slogan, kerja kelompok yang kreatif dalam mendesain poster, dan presentasi karya dalam format "pameran" atau "festival iklan".
- **Metode Pembelajaran:** Diskusi kelompok, tanya jawab, penugasan proyek, presentasi, analisis studi kasus (iklan).
- **Strategi Pembelajaran Berdiferensiasi:**
  - **Diferensiasi Konten:** Menyediakan beragam contoh iklan: cetak (majalah, koran), audio (radio), dan audiovisual (TV, YouTube) dengan tema yang berbeda (makanan, teknologi, sosial, lingkungan).
  - **Diferensiasi Proses:** Peserta didik dapat bekerja secara individu, berpasangan, atau dalam kelompok. Guru memberikan bimbingan yang bervariasi sesuai kebutuhan kelompok.
  - **Diferensiasi Produk:** Untuk tugas akhir (proyek), peserta didik diberi kebebasan memilih bentuk karya: poster cetak/digital, naskah iklan radio beserta rekamannya, atau *storyboard* iklan video.

### KEMITRAAN PEMBELAJARAN

- **Lingkungan Sekolah:** Berkolaborasi dengan guru Seni Rupa untuk aspek desain visual poster, atau dengan OSIS untuk membuat poster kegiatan sekolah.
- **Lingkungan Luar Sekolah/Masyarakat:** Mengundang praktisi periklanan lokal atau pemilik UMKM untuk berbagi pengalaman tentang cara mereka mempromosikan produk.
- **Mitra Digital:** Memanfaatkan platform seperti YouTube untuk mencari contoh iklan dan Canva atau platform desain lainnya untuk pembuatan produk digital.

### LINGKUNGAN BELAJAR

- **Ruang Fisik:** Pengaturan tempat duduk yang fleksibel (untuk kerja kelompok, diskusi kelas, dan presentasi). Dinding kelas dimanfaatkan sebagai "galeri" untuk memajang poster hasil karya peserta didik.

- **Ruang Virtual:** Menggunakan Google Classroom atau platform serupa untuk berbagi materi, link video, dan mengumpulkan tugas digital.
- **Budaya Belajar:** Menciptakan suasana yang terbuka, di mana setiap pendapat dihargai. Mendorong budaya saling memberi umpan balik yang membangun antarpeserta didik. Menghargai proses kreatif yang unik dari setiap individu atau kelompok.

#### PEMANFAATAN DIGITAL

- **Perpustakaan Digital/Sumber Daring:** Mengakses situs web seperti YouTube, Pinterest, atau situs arsip iklan untuk mencari referensi.
- **Forum Diskusi Daring:** Menggunakan fitur chat di Google Classroom atau WhatsApp Group untuk diskusi kelompok di luar jam pelajaran.
- **Penilaian Daring:** Menggunakan Google Forms atau Quizizz untuk kuis singkat (asesmen diagnostik/formatif).
- **Media Presentasi Digital:** Peserta didik menggunakan PowerPoint, Google Slides, atau Canva untuk mempresentasikan hasil analisis atau rancangan iklan mereka.
- **Media Publikasi Digital:** Hasil karya poster digital dapat diunggah ke media sosial sekolah atau blog kelas.

### F. LANGKAH-LANGKAH PEMBELAJARAN BERDIFERENSIASI

#### PERTEMUAN 1 (2 JP : 80 MENIT)

Topik: MENGENAL TEKS IKLAN

- **KEGIATAN PENDAHULUAN (15 MENIT)**
  - **Pembukaan:** Guru membuka pelajaran dengan salam dan doa, lalu memeriksa kehadiran.
  - **Apersepsi (Joyful):** Guru menampilkan beberapa logo merek terkenal (misal: Indomie, Aqua) dan meminta siswa menebak slogannya.
  - **Pertanyaan Pemantik:** "Iklan apa yang paling kalian ingat? Apa yang membuatnya menarik?"
  - **Tujuan:** Guru menyampaikan tujuan pembelajaran hari ini, yaitu mengenal pengertian dan jenis-jenis iklan.
- **KEGIATAN INTI (55 MENIT)**
  - **Eksplorasi (Mindful):** Guru menampilkan dua contoh iklan: satu iklan produk mie instan (komersial) dan satu iklan ajakan membuang sampah (nonkomersial). Peserta didik diminta mengamati dalam diam selama 2 menit dan memikirkan perbedaannya.
  - **Diskusi (Meaningful):** Guru memandu diskusi kelas untuk membahas perbedaan kedua iklan tersebut, mengarahkan pada konsep komersial dan nonkomersial.
  - **Penjelasan Konsep:** Guru menjelaskan secara singkat pengertian iklan, unsur-unsur penting dalam iklan (produk, sasaran, keunggulan, dll.).
  - **Pembelajaran Berdiferensiasi:**
    - **Proses:** Peserta didik bekerja berpasangan. Guru membagikan beberapa contoh iklan cetak yang berbeda (diferensiasi konten). Setiap pasangan menganalisis satu iklan menggunakan tabel identifikasi informasi (merujuk pada LKPD 2 - Tabel 2.4 di dokumen asli).
    - **Produk:** Hasil analisis dituangkan dalam tabel sederhana yang disediakan.
- **KEGIATAN PENUTUP (10 MENIT)**

- **Refleksi:** Peserta didik menjawab pertanyaan: "Apa satu hal baru yang kamu pelajari tentang iklan hari ini?"
- **Rangkuman:** Guru bersama peserta didik menyimpulkan ciri-ciri utama sebuah iklan.
- **Tindak Lanjut:** Guru memberikan tugas untuk mencari satu contoh iklan di rumah (bisa dari koran, majalah, atau screenshot dari internet) untuk dibahas di pertemuan berikutnya.
- **Penutup:** Salam dan doa.

## **PERTEMUAN 2 (2 JP : 80 MENIT)**

Topik: MENGENAL PESAN DALAM IKLAN KOMERSIAL

- **KEGIATAN PENDAHULUAN (10 MENIT)**
  - Guru membuka pelajaran, berdoa, dan mengecek kehadiran.
  - Guru mereview tugas pertemuan sebelumnya dan meminta beberapa siswa menunjukkan contoh iklan yang mereka temukan.
- **KEGIATAN INTI (60 MENIT)**
  - **Analisis Kasus (Mindful):** Guru menampilkan dua iklan untuk produk yang sama (misal: Saus Tomat Marincha dari dokumen asli), di mana satu iklan lebih efektif dari yang lain.
  - **Diskusi Kelompok (Meaningful & Joyful):** Peserta didik dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil. Mereka mendiskusikan iklan mana yang lebih efektif dan mengapa, berdasarkan kelengkapan informasi dan daya tariknya (menggunakan Tabel 2.8 dari dokumen asli).
  - **Presentasi:** Setiap kelompok mempresentasikan hasil analisis singkat mereka. Kelompok lain memberikan tanggapan.
  - **Pembelajaran Berdiferensiasi:**
    - **Proses:** Kelompok yang lebih cepat selesai dapat diberi tantangan untuk membuat "revisi" pada iklan yang kurang efektif agar menjadi lebih baik.
    - **Produk:** Hasil diskusi bisa berupa poin-poin analisis atau bagan perbandingan sederhana.
- **KEGIATAN PENUTUP (10 MENIT)**
  - **Refleksi:** "Menurutmu, apa yang membuat sebuah iklan berhasil membujuk orang?"
  - **Rangkuman:** Guru menekankan pentingnya kelengkapan informasi dan kreativitas dalam iklan komersial.
  - **Penutup:** Salam dan doa.

## **PERTEMUAN 3 (2 JP : 80 MENIT)**

Topik: MENGENAL PESAN DALAM IKLAN NONKOMERSIAL

- **KEGIATAN PENDAHULUAN (10 MENIT)**
  - **Pembukaan:** Salam, doa, dan presensi.
  - **Apersepsi:** Guru menampilkan sebuah iklan layanan masyarakat yang kuat (misal: tentang bahaya merokok atau ajakan donasi).
  - **Pertanyaan Pemantik:** "Apa yang kalian rasakan setelah melihat iklan ini? Apa pesan yang ingin disampaikan?"

- **KEGIATAN INTI (60 MENIT)**

- **Eksplorasi (Mindful):** Peserta didik dalam kelompok menerima beberapa contoh iklan layanan masyarakat dengan tema berbeda (kesehatan, lingkungan, sosial) untuk dianalisis.
- **Diskusi (Meaningful):** Kelompok mendiskusikan tujuan, sasaran, dan pesan utama dari setiap iklan. Mereka menghubungkan isu dalam iklan dengan pengetahuan atau pengalaman mereka.
- **Aktivitas Kreatif (Joyful):** Setiap kelompok memilih satu iklan nonkomersial yang paling berdampak bagi mereka dan menyiapkan argumen untuk "mendukung" kampanye iklan tersebut di depan kelas.
- **Pembelajaran Berdiferensiasi:**
  - **Konten:** Guru menyediakan iklan dengan beragam tema yang mungkin menarik minat siswa yang berbeda.
  - **Proses:** Analisis dilakukan secara berkelompok untuk mendorong diskusi dan kolaborasi.

- **KEGIATAN PENUTUP (10 MENIT)**

- **Refleksi:** "Menurutmu, seberapa penting iklan layanan masyarakat bagi kita semua?"
- **Rangkuman:** Guru dan peserta didik menyimpulkan bahwa iklan tidak hanya untuk menjual produk, tetapi juga untuk menyebarkan kebaikan.
- **Penutup:** Salam dan doa.

## **PERTEMUAN 4 (2 JP : 80 MENIT)**

Topik: MENULIS SLOGAN YANG EFEKTIF

- **KEGIATAN PENDAHULUAN (15 MENIT)**

- **Pembukaan:** Salam, doa, dan presensi.
- **Apersepsi (Joyful):** Guru mengadakan permainan cepat "Tebak Slogan" dari produk-produk atau kampanye terkenal.
- **Pertanyaan Pemantik:** "Mengapa slogan-slogan tadi mudah kita ingat?"

- **KEGIATAN INTI (55 MENIT)**

- **Penjelasan Konsep (Mindful):** Guru menjelaskan ciri-ciri slogan yang efektif: singkat, padat, persuasif, mudah diingat, dan terkadang berima.
- **Latihan Individu (Meaningful):** Peserta didik berlatih membuat slogan untuk sesuatu yang dekat dengan mereka: (1) untuk kelas mereka, (2) untuk hobi mereka, (3) untuk produk imajiner.
- **Berbagi dan Umpan Balik:** Peserta didik berbagi slogan yang mereka buat dengan teman sebangku dan memberikan masukan.
- **Pembelajaran Berdiferensiasi:**
  - **Produk:** Peserta didik bebas memilih tema slogan yang ingin mereka kembangkan lebih lanjut.
  - **Proses:** Latihan dimulai secara individu untuk menumbuhkan ide orisinal, kemudian dilanjutkan dengan berbagi berpasangan untuk aspek kolaboratif.

- **KEGIATAN PENUTUP (10 MENIT)**

- **Refleksi:** "Apa tantangan terbesar dalam membuat sebuah slogan yang bagus?"
- **Rangkuman:** Menyimpulkan kekuatan kata-kata dalam sebuah slogan.

- **Tindak Lanjut:** Meminta siswa untuk memperhatikan slogan yang mereka temui sebelum pertemuan berikutnya.
- **Penutup:** Salam dan doa.

## **PERTEMUAN 5 (2 JP : 80 MENIT)**

Topik: MENGGUNAKAN KALIMAT IMPERATIF DAN PERSUASIF

- **KEGIATAN PENDAHULUAN (10 MENIT)**
  - **Pembukaan:** Salam, doa, dan presensi.
  - **Apersepsi:** Guru menunjukkan dua kalimat dari iklan: "Beli Sekarang!" dan "Nikmati sensasi dinginnya". Peserta didik diminta merasakan perbedaannya.
- **KEGIATAN INTI (60 MENIT)**
  - **Penjelasan Konsep:** Guru menjelaskan perbedaan kalimat imperatif (perintah langsung) dan persuasif (ajakan halus), beserta contoh-contohnya.
  - **Identifikasi (Mindful):** Peserta didik secara berpasangan diberikan beberapa potongan teks iklan dan diminta untuk menggarisbawahi mana kalimat imperatif dan mana yang persuasif.
  - **Latihan Menulis (Meaningful & Joyful):** Guru memberikan beberapa pernyataan netral (misal: "Buku ini berisi cerita seru"). Peserta didik berlomba mengubahnya menjadi kalimat persuasif ("Temukan petualangan tak terlupakan di setiap halamannya!").
  - **Pembelajaran Berdiferensiasi:**
    - **Proses:** Bagi siswa yang cepat paham, mereka bisa diberi tantangan untuk membuat satu paragraf iklan singkat yang mengandung kedua jenis kalimat tersebut.
- **KEGIATAN PENUTUP (10 MENIT)**
  - **Refleksi:** "Kapan sebaiknya kita menggunakan kalimat perintah, dan kapan kita menggunakan kalimat ajakan?"
  - **Rangkuman:** Memperkuat pemahaman tentang fungsi kalimat imperatif dan persuasif dalam iklan.
  - **Penutup:** Salam dan doa.

## **PERTEMUAN 6 (2 JP : 80 MENIT)**

Topik: MERANCANG POSTER YANG MENARIK

- **KEGIATAN PENDAHULUAN (10 MENIT)**
  - **Pembukaan:** Salam, doa, dan presensi.
  - **Apersepsi:** Guru menampilkan beberapa poster acara sekolah yang sudah pernah ada. Diskusi singkat tentang kelebihan dan kekurangannya.
- **KEGIATAN INTI (60 MENIT)**
  - **Penjelasan Konsep:** Guru menjelaskan unsur-unsur penting dalam sebuah poster: judul acara, visual yang menarik, slogan, informasi (waktu, tempat), dan kontak.
  - **Mulai Proyek (Meaningful):** Guru mengumumkan proyek akhir: membuat kampanye untuk acara sekolah. Hari ini, kelompok akan fokus pada merancang posternya.
  - **Kerja Kelompok (Joyful):** Peserta didik dalam kelompok mulai berdiskusi,

menentukan tema acara, dan membuat sketsa kasar (layout) poster mereka di kertas. Mereka memikirkan gambar, slogan, dan informasi yang akan dimasukkan.

- **Pembelajaran Berdiferensiasi:**
  - **Produk:** Kelompok bebas memilih akan membuat poster manual (di kertas gambar) atau digital (jika fasilitas memungkinkan, mereka bisa mulai merancang di Canva).
  - **Proses:** Dalam kelompok, siswa dapat membagi tugas sesuai minat (misal: si A jago gambar, si B jago membuat kata-kata).
- **KEGIATAN PENUTUP (10 MENIT)**
  - **Refleksi:** Setiap kelompok menunjukkan sketsa atau progres awal mereka.
  - **Tindak Lanjut:** Menyelesaikan desain poster sebagai pekerjaan rumah kelompok.
  - **Penutup:** Salam dan doa.

## **PERTEMUAN 7 (2 JP : 80 MENIT)**

Topik: PUNCAK PROYEK: PRESENTASI KAMPANYE

- **KEGIATAN PENDAHULUAN (5 MENIT)**
  - **Pembukaan:** Salam, doa, dan persiapan "Festival Iklan".
- **KEGIATAN INTI (65 MENIT)**
  - **Presentasi Karya (Joyful & Meaningful):** Setiap kelompok mempresentasikan kampanye mereka. Mereka memajang poster yang sudah jadi dan mempresentasikan pesan utama dari kampanye mereka.
  - **Format Presentasi (Diferensiasi Produk):** Kelompok bisa memilih cara presentasi:
    1. Menjelaskan poster mereka secara detail.
    2. Memerankan sebuah adegan iklan pendek berdasarkan poster mereka.
    3. Menyajikan storyboard iklan video yang telah mereka buat.
  - **Umpan Balik:** Setelah setiap presentasi, audiens (kelompok lain dan guru) memberikan umpan balik yang membangun.
- **KEGIATAN PENUTUP (10 MENIT)**
  - **Refleksi Akhir Bab:** "Apa pelajaran paling berharga yang kamu dapatkan selama proses membuat kampanye ini?"
  - **Apresiasi:** Guru memberikan apresiasi kepada semua kelompok atas kreativitas dan kerja keras mereka.
  - **Penutup:** Salam dan doa.

## **G. ASESMEN PEMBELAJARAN**

### **ASESMEN DIAGNOSTIK**

- **Tanya Jawab:** Di awal bab, guru mengajukan pertanyaan lisan: "Sebutkan satu iklan yang kamu sukai! Mengapa kamu menyukainya?" dan "Menurutmu, apa tujuan orang membuat iklan?".
- **Kuis Singkat:** Kuis singkat menggunakan 2-3 gambar (logo/iklan) untuk melihat sejauh mana siswa mengenali pesan dasar dari sebuah visual.

### **ASESMEN FORMATIF**

- **Tanya Jawab:** Selama proses pembelajaran, guru mengajukan pertanyaan seperti, "Pesan apa yang ingin disampaikan oleh iklan ini?" untuk mengecek pemahaman.

- **Diskusi Kelompok:** Guru mengobservasi keaktifan siswa, kemampuan berargumentasi, dan kerja sama saat diskusi kelompok menganalisis iklan.
- **Latihan Soal/LKPD:** Mengerjakan latihan identifikasi informasi (Tabel 2.4), analisis pesan (Tabel 2.6), dan perbandingan iklan (Tabel 2.8) dari dokumen asli.
- **Observasi:** Guru mencatat perkembangan sikap (kritis, kreatif, kolaboratif) siswa menggunakan lembar observasi sederhana.
- **Produk (Proses):**
  - Draft slogan yang dibuat siswa.
  - Sketsa awal poster.
  - Tabel rancangan iklan yang diisi kelompok.

#### ASESMEN SUMATIF

- **Produk (Proyek):**
  - **Tugas:** Secara berkelompok, buatlah sebuah kampanye sederhana untuk acara sekolah (misal: "Pentas Seni" atau "Gerakan Sekolah Bersih").
  - **Produk:** Kampanye tersebut harus mencakup: (1) **Sebuah Poster** (digital atau cetak) dan (2) **Sebuah Slogan** yang menjadi tema utama. Penilaian ditekankan pada kreativitas, kejelasan pesan, dan kesesuaian dengan target audiens (warga sekolah).
- **Praktik (Kinerja):**
  - **Presentasi Kelompok:** Setiap kelompok mempresentasikan poster dan slogan mereka di depan kelas dalam format "pameran galeri".
  - **Penilaian:** Dinilai berdasarkan kejelasan penyampaian, kemampuan menjawab pertanyaan, dan kekompakan kelompok.
- **Tes Tertulis:** Tes akhir bab untuk mengukur pemahaman konseptual dan analitis siswa.

#### *Contoh Tes Tertulis:*

##### **I. Pilihan Ganda**

1. Kalimat "Ayo, jaga kebersihan lingkungan sekolah!" yang terdapat pada poster kebersihan termasuk jenis kalimat...
  - a. Persuasif
  - b. Imperatif
  - c. Deklaratif
  - d. Interogatif
2. Perhatikan slogan berikut: "Listrik Pintar, Solusi Cerdas Hemat Energi". Tujuan utama dari slogan tersebut adalah...
  - a. Menjelaskan cara kerja listrik pintar.
  - b. Mengajak masyarakat untuk menggunakan produk agar hemat energi.
  - c. Memberi tahu harga produk listrik pintar.
  - d. Membandingkan listrik pintar dengan produk lain.
3. Unsur yang tidak selalu ada dalam sebuah iklan komersial adalah...
  - a. Nama produk
  - b. Keunggulan produk
  - c. Sasaran konsumen
  - d. Testimoni dari artis terkenal
4. Perbedaan mendasar antara iklan komersial dan iklan layanan masyarakat terletak pada...

- a. Media yang digunakan
  - b. Durasi atau ukurannya
  - c. Tujuannya (mencari keuntungan atau memberi layanan/edukasi)
  - d. Bahasa yang dipakai
5. Gambar yang menarik, warna yang mencolok, dan tata letak yang baik pada sebuah poster bertujuan untuk...
- a. Mengisi ruang kosong
  - b. Menunjukkan kemampuan desainer
  - c. Menarik perhatian pembaca agar pesan tersampaikan
  - d. Memenuhi syarat pembuatan poster

## II. Essay

1. Jelaskan perbedaan utama antara Slogan dan Poster!
2. Perhatikan iklan sebuah minuman di televisi yang menampilkan sekelompok anak muda yang ceria sedang beraktivitas olahraga, lalu diakhiri dengan mereka minum produk tersebut bersama-sama. Menurutmu, siapakah target pasar (sasaran) iklan tersebut dan pesan tersirat apa yang ingin disampaikan? Jelaskan alasanmu!
3. Buatlah sebuah slogan yang mengajak teman-temanmu untuk tidak melakukan perundungan (*bullying*) di sekolah!

Mengetahui,  
Kepala Sekolah

....., ..... 20..  
Guru Mata Pelajaran

.....  
NIP. ....

.....  
NIP. ....