

**MENULIS ADVERTENSI PRODUK KEJURUAN:
PERAN BAHASA INDONESIA
DALAM MEMPERKUAT KOMPETENSI PRODUKTIF SISWA SMK**

Talitha Sahda Laili^{1*}, Isah Cahyani², Khaerudin Kurniawan³

*Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia¹²³
E-mail*: talithasahda@upi.edu*

ABSTRAK

Pembelajaran bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) kerap dipandang hanya sebagai mata pelajaran umum yang berdiri terpisah dari kompetensi produktif. Padahal, keterampilan berbahasa, khususnya menulis teks advertensi, memiliki peran strategis dalam mendukung capaian vokasional siswa, seperti kompetensi berwirausaha dan keterampilan abad ke-21 (literasi digital). Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan peran bahasa Indonesia sebagai penguat kompetensi produktif melalui pembelajaran menulis teks advertensi dengan produk berupa barang atau jasa khas kejuruan yang kontekstual dan integratif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini melibatkan siswa SMK dari tiga program keahlian yang menghasilkan karya iklan/advertensi sesuai bidangnya masing-masing. Data dikumpulkan melalui tes menulis, observasi, wawancara, dan analisis portofolio karya. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan keterampilan menulis siswa, terutama dalam penggunaan diksi persuasif, penerapan teknik *copywriting*, serta penyelarasan teks dan visual dengan prinsip *design thinking* yang sesuai produk dan target audiens. Temuan ini menegaskan bahwa bahasa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai mata pelajaran umum, melainkan juga literasi vokasional yang memperkuat kompetensi produktif siswa SMK. Implikasi penelitian menekankan pentingnya integrasi bahasa Indonesia dengan mata pelajaran produktif, sehingga pembelajaran di SMK lebih kontekstual, aplikatif, dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja.

Kata Kunci: Advertensi; Bahasa Indonesia; Kompetensi Produktif; *Project-Based Learning*.

PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) ditempatkan dalam kelompok mata pelajaran normatif/adaptif, sehingga sering dipandang sebagai mata pelajaran umum yang berdiri sendiri di luar ranah kejuruan siswa (Ramdhani & Adawiyah, 2023; Setiawan et al., 2025). Pandangan ini membuat pembelajaran bahasa kerap berfokus pada aspek kognitif semata, tanpa menekankan fungsi praktisnya bagi penguatan keterampilan vokasional. Padahal, sebagai bahasa nasional sekaligus bahasa ilmu, bahasa Indonesia dapat berperan strategis dalam mendukung kompetensi abad ke-21, seperti komunikasi profesional, literasi digital, dan keterampilan wirausaha (Ignjatović, 2020). Dengan demikian, pembelajaran

bahasa Indonesia di SMK seharusnya bukan hanya diarahkan pada capaian akademis, tetapi juga pada penguatan keterampilan vokasional yang selaras dengan bidang keahlian siswa.

Salah satu bentuk keterampilan berbahasa yang relevan dengan kebutuhan vokasional siswa SMK adalah menulis teks advertensi. Teks advertensi menjadi sarana komunikasi persuasif dalam dunia usaha dan industri. Teks advertensi berfungsi untuk membangun citra merek sekaligus memengaruhi keputusan konsumen (Han, 2020; Terkan, 2014). Dalam konteks pendidikan vokasi, keterampilan menulis advertensi membantu dan mendukung siswa dalam memasarkan produk atau jasa sesuai program keahlian mereka. Di sinilah bahasa Indonesia menemukan perannya sebagai jembatan antara pembelajaran bahasa dengan kompetensi produktif. Melalui teks advertensi, siswa tidak hanya mempelajari struktur dan kebahasaan, tetapi juga berupaya menguasai keterampilan persuasif, kreatif, dan multimodal yang dibutuhkan dunia usaha/dunia industri (Ayu et al., 2023; Ilhamsyah & Herlina, 2019).

Meskipun demikian, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pembelajaran menulis teks advertensi masih cenderung terjebak pada aspek teoretis, seperti struktur dan kaidah kebahasaan (Nirmala, 2018; Pontjowulan, 2023). Siswa jarang dilibatkan dalam pengalaman autentik, sehingga karya yang dihasilkan kurang kontekstual dan tidak sesuai kebutuhan dunia industri. Padahal, perkembangan dunia digital menuntut keterampilan advertensi yang kreatif, inovatif, dan berbasis teknologi (Rijanto & Padhilah, 2023).

Salah satu model pembelajaran yang diyakini mampu menjawab kebutuhan tersebut adalah *Project-Based Learning* (PjBL). PjBL memberi ruang bagi siswa untuk belajar melalui proyek autentik, misalnya merancang dan menulis teks advertensi produk khas kejuruan dengan bimbingan guru dan praktisi industri. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa PjBL efektif meningkatkan kreativitas, motivasi, dan keterampilan menulis siswa (Betty et al., 2023; M.Y. Neang et al., 2024). Akan tetapi, implementasinya di lapangan belum sepenuhnya optimal. Muhibullah et al. (2024) menemukan bahwa evaluasi dalam PjBL kerap tidak konsisten. Keterbatasan waktu dan biaya juga membuat proyek hanya berfokus pada hasil akhir, tanpa diikuti proses refleksi yang mendalam. Puri et al. (2024) juga melaporkan bahwa banyak guru belum memahami sintaks PjBL secara utuh, sehingga pelaksanaannya seringkali hanya berupa tugas proyek, bukan memberi pengalaman belajar yang autentik. Hambatan lain adalah keterbatasan infrastruktur dan manajemen kelas besar yang turut menjadi kendala utama (Meng et al., 2023; A. Zhang et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun PjBL telah diterapkan di sekolah, siswa masih menghadapi kendala dalam mencapai pengalaman belajar yang optimal. Penelitian yang mengkaji secara khusus

penerapan PjBL dalam pembelajaran menulis teks advertensi di SMK pun masih sangat terbatas.

Dalam banyak praktik pembelajaran PjBL di bidang vokasional, integrasi antara mata pelajaran umum (seperti bahasa Indonesia, matematika, bahasa Inggris) dan mata pelajaran produktif kejuruan sering menjadi tantangan tersendiri. Muhtar et al. (2025) menegaskan bahwa walaupun PjBL telah diterapkan di sekolah vokasional, integrasi lintas mata pelajaran belum terwujud secara nyata dalam banyak kasus. Hal ini berarti proyek yang dirancang masih cenderung berdiri sendiri dalam ranah keahlian, tanpa mengaitkan aspek kebahasaan, literasi umum, atau konsep akademik lainnya yang bisa memperkaya makna proyek siswa.

Kegagalan integrasi ini terlihat pada beberapa aspek. Guru mata pelajaran umum dan produktif masih cenderung bekerja secara terpisah, perencanaan proyek kurang melibatkan lintas disiplin, dan siswa mengerjakan komponen kebahasaan serta teknis secara terpisah. Akibatnya, proyek yang dihasilkan bersifat fragmentaris. Aspek bahasa hanya berfungsi sebagai pelengkap, bukan bagian integral dari kompetensi vokasional. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berupaya membuat kontekstualisasi pembelajaran bahasa Indonesia sebagai penguat kompetensi produktif melalui penulisan teks advertensi. Bahasa Indonesia tidak lagi diposisikan sebagai mata pelajaran umum, tetapi sebagai literasi vokasional yang terintegrasi dengan kebutuhan kejuruan siswa. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan peran bahasa Indonesia dalam memperkuat kompetensi produktif siswa SMK melalui penulisan advertensi produk khas kejuruan; (2) menjelaskan pembelajaran bahasa Indonesia yang kontekstual, integratif, dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja; serta (3) mengisi kekosongan penelitian mengenai penerapan PjBL dalam pembelajaran menulis teks advertensi di SMK.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Fokus penelitian diarahkan untuk mendeskripsikan peran bahasa Indonesia dalam memperkuat kompetensi produktif siswa SMK melalui penulisan teks advertensi produk khas kejuruan. Penelitian ini juga berupaya menjelaskan bentuk pembelajaran bahasa Indonesia yang kontekstual, integratif, dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja.

Subjek penelitian adalah siswa kelas XI dari tiga program keahlian berbeda di Kabupaten Bandung yang dipilih dengan teknik sampling bertujuan untuk merepresentasikan keragaman konteks vokasional, yaitu SMK dengan status negeri, swasta, dan Pusat Keunggulan. Di samping itu, guru bahasa Indonesia, guru produktif, dan guru tamu dari bidang *digital marketing* (khususnya *copywriting* dan

thinking design) dilibatkan sebagai informan pendukung yang memberikan wawasan tentang integrasi pembelajaran lintas mata pelajaran.

Data penelitian diperoleh melalui tes menulis, observasi kelas, wawancara, dan analisis portofolio karya advertensi siswa. Tes digunakan untuk mengukur keterampilan menulis teks advertensi, sedangkan wawancara dan observasi bertujuan menggali pengalaman belajar siswa dan guru. Analisis portofolio dilakukan untuk menilai kesesuaian karya advertensi dengan aspek kebahasaan persuasif dan prinsip desain visual. Instrumen penelitian meliputi tes keterampilan menulis, pedoman wawancara, lembar observasi, dan rubrik analisis portofolio.

Analisis data dilakukan melalui dua tahap. Pertama, analisis kualitatif dengan teknik reduksi, kategorisasi, dan interpretasi tematik untuk menemukan pola peran bahasa Indonesia dalam pembelajaran kontekstual. Kedua, analisis kuantitatif sederhana melalui perhitungan skor tes menulis teks advertensi untuk menunjukkan peningkatan keterampilan siswa. Kombinasi teknik ini menghasilkan gambaran komprehensif mengenai kontribusi pembelajaran bahasa Indonesia dalam memperkuat kompetensi produktif siswa SMK.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pada penelitian ini menyajikan temuan empiris mengenai peran pembelajaran bahasa Indonesia dalam memperkuat kompetensi produktif siswa SMK melalui penulisan teks advertensi produk khas kejuruan. Paparan hasil tidak hanya menampilkan data kuantitatif dari tes keterampilan menulis, tetapi juga menguraikan temuan kualitatif dari observasi, wawancara, dan analisis portofolio karya siswa. Analisis dilakukan dengan merujuk pada tujuan penelitian, yaitu mendeskripsikan kontribusi bahasa Indonesia terhadap keterampilan vokasional, menjelaskan bentuk pembelajaran yang kontekstual dan integratif, serta mengisi celah penelitian mengenai penerapan PjBL dalam pembelajaran menulis teks advertensi di SMK. Pembahasan difokuskan pada interpretasi temuan yang menunjukkan relevansi pembelajaran bahasa Indonesia dengan kebutuhan dunia kerja sekaligus menyoroti keterbatasan dan implikasi dari penelitian ini.

Peran Bahasa Indonesia dalam Kompetensi Produktif

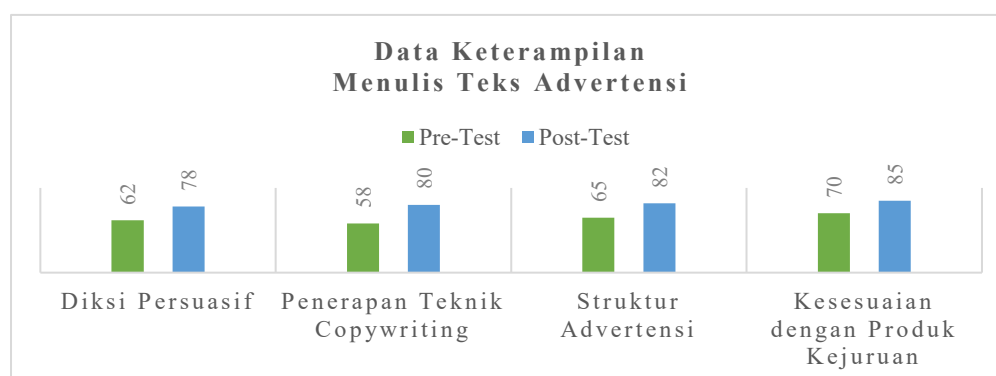
Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kemampuan siswa SMK dalam menulis teks advertensi meningkat setelah pembelajaran berbasis proyek diterapkan. Sebelum intervensi, sebagian besar siswa cenderung menulis iklan dengan diksi sederhana, deskriptif, dan kurang persuasif. Setelah pembelajaran, siswa mampu menerapkan teknik *copywriting* dengan lebih baik, antara lain mulai menggunakan diksi ajakan, seperti “Ayo coba!” atau “Rasakan keunggulannya!”, kalimat singkat yang komunikatif, serta gaya bahasa yang relevan dengan target audiens.

Peningkatan capaian pada diksi persuasif, struktur teks iklan, penerapan teknik *copywriting*, dan kesesuaian pesan dengan produk kejuruan menunjukkan bahwa pembelajaran bahasa Indonesia tidak berhenti pada kompetensi umum, melainkan berperan sebagai literasi vokasional yang langsung menopang kebutuhan kerja, yaitu komunikasi pemasaran dan presentasi produk. Secara teoretis, hal ini selaras dengan temuan yang menyampaikan bahwa *Project-Based Learning* mendorong capaian akademik dan kemampuan berpikir tingkat tinggi ketika tugasnya autentik dan berorientasi produk. Dengan begitu, siswa belajar melalui pekerjaan nyata, bukan sekadar latihan bentuk bahasa (Y. Zhang & Jia, 2022).

Kesesuaian dengan produk khas kejuruan juga terlihat jelas. Siswa jurusan PPLG (Pengembangan Perangkat Lunak dan Gim), misalnya dapat mengiklankan aplikasi yang mereka buat; siswa jurusan AKL (Akuntansi Keuangan Lembaga) menulis iklan layanan jasa keuangan; sementara siswa jurusan TJKT (Teknik Jaringan Komputer dan Telekomunikasi) mempromosikan produk *hardware* dan jaringan. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa Indonesia tidak berdiri sendiri sebagai pelajaran normatif, tetapi terintegrasi langsung dengan kompetensi produktif mereka.

Kesesuaian teks dengan produk kejuruan dan kemampuan menyelaraskan tampilan poster dengan target audiens juga menandakan berkembangnya literasi siswa. Siswa mampu mengelola dan memilih kata, mendesain visualisasi iklan dengan baik, menata tipografi iklan, dan membuat pesan-pesan persuasif bagi audiens. Menurut Sutrisno (2024), keterampilan ini selaras dengan kompetensi abad ke-21. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, siswa mampu mengelola media digital untuk menghasilkan iklan dengan menggabungkan keterampilan mengolah teks, gambar, dan tipografi agar tujuan komunikasi persuasif tercapai.

Analisis kuantitatif dari tes menulis menunjukkan adanya peningkatan signifikan antara hasil *pre-test* dan *post-test*, seperti yang terlihat dalam grafik berikut.



Grafik 1. Data Keterampilan Menulis Teks Advertensi

Data ini memperlihatkan bahwa aspek yang mengalami peningkatan tertinggi adalah penerapan teknik *copywriting*. Hal ini sejalan dengan peran guru tamu (praktisi *digital marketing*) yang memperkenalkan prinsip dasar *copywriting* kepada siswa untuk kemudian diterapkan dalam iklan mereka.

Karya advertensi siswa pasca-intervensi menunjukkan beberapa ciri menonjol, yaitu:

1. Kreativitas slogan
Siswa mampu merancang slogan singkat, menarik, dan mencerminkan identitas produk. Misalnya siswa jurusan RPL menulis slogan untuk aplikasi buatan mereka dengan gaya yang menarik dan sesuai selera generasi muda.
2. Struktur teks lebih sistematis
Iklan siswa terdiri atas judul (*headline*), kalimat ajakan (*body copy*), dan informasi produk (*closing*), berbeda dengan hasil awal yang cenderung tidak terstruktur.
3. Kejelasan pesan iklan
Pesan lebih mudah dipahami dan selaras dengan target audiens. Siswa mampu menyesuaikan pilihan kata dan gaya bahasa dengan segmen pasar yang dituju, misalnya iklan layanan keuangan ditulis lebih formal dibandingkan iklan aplikasi.

Peningkatan tertinggi pada indikator *copywriting* adalah kemampuan merancang judul iklan yang kuat, isi iklan yang ringkas, dan ajakan bertindak (*Call to Action*). Hal ini menunjukkan bahwa pesan iklan yang efektif lahir dari kesesuaian antara bentuk bahasa dan target audiens. Berbagai sumber literatur menyampaikan pentingnya penyusunan struktur pesan yang tepat dalam iklan serta keselarasan

antara tujuan, audiens, dan media. Ketepatan struktur dan relevansinya ini menjadi dasar bagi iklan atau advertensi yang baik (Solomon, 2009).

Sebelum intervensi, capaian siswa lebih tinggi di sisi visual advertensi, tetapi lemah di penulisan kalimat persuasif. Setelah intervensi, kemampuan siswa dalam menyusun kalimat persuasif meningkat. Temuan ini memperkuat bukti bahwa bahasa Indonesia dapat bertindak sebagai “jembatan vokasional” karena dapat memperkuat kemampuan berbahasa siswa, sehingga hasil susunan kalimat persuasifnya dapat dipresentasikan atau dipasarkan. Pada praktiknya, pembelajaran vokasi di Indonesia memang masih memisahkan kelompok pelajaran umum dan produktif, sehingga integrasi belum dilakukan dengan utuh. Adapun strategi menautkan tugas bahasa Indonesia dengan proyek kejuruan adalah strategi yang dapat dilakukan agar siswa adaptif terhadap industri (Liani et al., 2025).

Temuan tersebut menekankan bahwa pembelajaran bahasa Indonesia dapat menjadi penguat kompetensi produktif siswa, salah satunya melalui pembelajaran menulis teks advertensi karena dapat (1) melatih siswa dalam mengolah informasi persuasif (*copywriting*) yang relevan dengan pemasaran produk kejuruan; (2) mengembangkan literasi multimodal selaras kebutuhan perkembangan teknologi atau dunia digital; serta (3) mengintegrasikan pembelajaran umum dan produktif melalui tugas proyek yang benar-benar selaras dengan bidang keahlian siswa.

Bukan hanya di Indonesia, pembelajaran dalam ranah internasional juga mengarah pada integrasi literasi ke dalam pendidikan vokasi. Riset VET di Eropa menunjukkan bahwa tugas membaca-menulis berbasis skenario kerja meningkatkan kualitas teks siswa karena literasi dilatih dalam konteks pemecahan masalah kerja yang realistis (Konstantinidou et al., 2023). Akhirnya, ketika pembelajaran bahasa Indonesia dirancang kontekstual dan terintegrasi dengan pembelajaran produktif, maka bahasa Indonesia bergerak dari mata pelajaran umum menjadi literasi vokasional.

Pembelajaran Kontekstual dan Integratif

Pembelajaran menulis teks advertensi dirancang berbasis proyek dengan mengaitkan langsung materi bahasa Indonesia dengan produk khas kejuruan siswa. Hasil observasi menunjukkan bahwa siswa lebih termotivasi ketika iklan yang mereka buat berhubungan dengan kompetensi keahliannya. Siswa jurusan PPLG mengiklankan aplikasi digital yang mereka rancang, siswa AKL membuat advertensi layanan keuangan, sedangkan siswa TJKT mempromosikan perangkat jaringan dan produk teknologi. Integrasi ini menjadikan bahasa Indonesia tidak sekadar mata pelajaran normatif, melainkan bagian dari proses kreatif kejuruan.

Data portofolio karya memperlihatkan bahwa poster yang dihasilkan siswa bukan hanya menampilkan bahasa persuasif, tetapi juga disertai elemen visual yang selaras dengan prinsip *thinking design*. Kehadiran guru tamu sebagai praktisi dari dunia industri memperkuat praktik ini. Siswa pada akhirnya mampu mengaplikasikan strategi *copywriting* sekaligus menyelaraskannya dengan visualisasi advertensi dan target audiens. Hal ini membuktikan bahwa pembelajaran bersifat kontekstual karena langsung menyentuh kebutuhan vokasional, serta integratif karena melibatkan kolaborasi lintas mata pelajaran (bahasa Indonesia, produktif kejuruan, dan desain).

Temuan ini menegaskan urgensi pembelajaran kontekstual di SMK. Penelitian lain menemukan bahwa pengintegrasian bahasa dengan konten kejuruan meningkatkan esensi pembelajaran karena bahasa berfungsi sebagai alat kognitif untuk memahami dan mengomunikasikan pengetahuan di bidang keahlian, bukan sekadar materi terpisah (Wildeman et al., 2023). Keterlibatan guru tamu/praktisi memperkuat sisi integratif dengan menghubungkan peran sekolah dan industri untuk menambah kualitas umpan balik pada proyek. Bukti terbaru menunjukkan bahwa PjBL yang diperkaya dengan kolaborasi dengan industri mampu meningkatkan kesiapan siswa melalui pemecahan masalah yang nyata, kerja sama tim, dan adaptabilitas (Naseer et al., 2025).

Penerapan PjBL pada Pembelajaran Menulis Teks Advertensi di SMK

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan PjBL dalam pembelajaran menulis teks advertensi memberikan pengalaman belajar yang autentik bagi siswa SMK. Pada tahap awal, sebagian besar siswa cenderung memahami iklan sebagai media yang menyajikan informasi produk tanpa memperhatikan aspek kebahasaan persuasif. Akan tetapi, setelah mengikuti rangkaian pembelajaran berbasis proyek, siswa mampu mengaitkan keterampilan berbahasa Indonesia dengan kebutuhan vokasional masing-masing program keahlian.

Proses proyek secara umum dimulai dari perumusan ide produk khas kejuruan, dilanjutkan dengan penyusunan naskah iklan menggunakan prinsip *copywriting*, dan diakhiri dengan pembuatan poster yang mengintegrasikan aspek visual dan teks. Temuan penting terlihat ketika siswa menyadari bahwa kekuatan produk bukan hanya bergantung pada aspek teknis, melainkan juga cara produk tersebut dikomunikasikan kepada khalayak dengan bahasa yang tepat sasaran.

Data tes menulis dan portofolio memperlihatkan peningkatan yang nyata. Siswa lebih terampil memilih diksi persuasif, menyusun slogan, serta mengembangkan struktur iklan yang runtut. Lebih jauh, keterlibatan guru tamu dari industri menambah poin plus bagi penerapan PjBL di kelas. Melalui peran guru tamu, siswa belajar langsung memosisikan bahasa sebagai strategi komunikasi pemasaran.

Dengan begitu, penerapan PjBL tidak hanya meningkatkan keterampilan menulis advertensi, tetapi juga memperlihatkan fungsi bahasa Indonesia sebagai jembatan penguat kompetensi produktif di SMK.

Temuan menunjukkan bahwa penerapan PjBL mampu mengubah cara pandang siswa terhadap pembelajaran bahasa Indonesia yang mulanya hanya mengedepankan aspek teoretis, menjadi mata pelajaran yang memberi pengalaman autentik dan aplikatif. PjBL memberi ruang bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan menulis teks advertensi yang langsung terkait dengan produk khas kejuruan mereka. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang mengungkap bahwa PjBL memiliki dampak positif terhadap hasil belajar, motivasi, dan keterampilan berpikir tingkat tinggi (L. Zhang & Ma, 2023). Penelitian Rehman et al.(2024) menegaskan bahwa PjBL dapat secara efektif menumbuhkan keterampilan abad ke-21, terutama pada aspek kreativitas, kolaborasi, komunikasi, dan pemecahan masalah.

Dalam konteks penelitian ini, siswa SMK mengintegrasikan keterampilan bahasa dengan kompetensi produktif, sehingga produk iklan atau advertensi yang dihasilkan lebih tepat sasaran, relevan dengan target audiens. Kekuatan penerapan PjBL dalam penelitian ini terletak pada keterlibatan praktisi industri yang memperkenalkan teknik *copywriting* dan *thinking design*. Hal ini menegaskan pentingnya kolaborasi lintas keahlian dan lintas disiplin.

Dari temuan-temuan tersebut, dapat diketahui bahwa penerapan PjBL dalam pembelajaran menulis teks advertensi di SMK mampu (1) meningkatkan keterampilan persuasif dan kreatif siswa dalam menyusun pesan iklan; (2) membentuk keterampilan abad ke-21, terutama komunikasi, kolaborasi, dan berpikir kritis; (3) menunjukkan fungsi bahasa Indonesia sebagai penguat kompetensi produktif, bukan hanya pelajaran umum; serta (4) memberikan model integratif lintas mata pelajaran yang menjawab tantangan pendidikan vokasi.

Keterbatasan dan Implikasi

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jangka waktu implementasi PjBL relatif singkat, sehingga siklus refleksi dan revisi karya advertensi belum dapat dilakukan secara berulang. Padahal, penelitian sebelumnya menekankan bahwa refleksi merupakan bagian esensial dari PjBL agar siswa dapat mengembangkan keterampilan berpikir kritis secara mendalam (Markula & Aksela, 2022). Kedua, cakupan subjek penelitian terbatas pada siswa dari tiga program keahlian di satu wilayah (Kabupaten Bandung), sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan ke seluruh konteks SMK di Indonesia yang memiliki keragaman jurusan dan karakteristik siswa. Ketiga, evaluasi capaian masih berfokus pada skor

tes menulis dan analisis portofolio, sementara analisis proses (untuk melihat dinamika kolaborasi, refleksi siswa, atau interaksi lintas mata pelajaran).

Meskipun memiliki keterbatasan, penelitian ini memberi sejumlah implikasi penting. Pertama dari sisi praktik pembelajaran, guru bahasa Indonesia perlu merancang pembelajaran kontekstual yang secara eksplisit mengintegrasikan aspek kebahasaan dengan produk vokasioanal, agar bahasa tidak lagi dipandang sebagai mata pelajaran terpisah. Kedua, dari sisi kebijakan sekolah. Kolaborasi lintas mata pelajaran harus diperkuat, misalnya melalui program pembelajaran terintegrasi antara guru bahasa Indonesia, guru produktif, dan praktisi, sehingga proyek siswa lebih autentik dan relevan dengan dunia kerja.

Ketiga, dari sisi pengembangan kurikulum. Penelitian ini mendukung arah kebijakan literasi vokasional yang menempatkan bahasa Indonesia sebagai kompetensi strategis dalam dunia kerja, bukan hanya sebagai keterampilan akademik. Keempat, dari sisi penelitian lanjutan, studi lebih luas dan melibatkan berbagai jurusan serta sekolah di wilayah berbeda diperlukan untuk menguji konsistensi temuan.

SIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa pembelajaran bahasa Indonesia dapat berperan sebagai penguat kompetensi produktif siswa SMK melalui penerapan *Project-Based Learning* (PjBL) dalam penulisan teks advertensi produk khas kejuruan. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan keterampilan menulis siswa, khususnya pada penggunaan diksi persuasif, penerapan strategi *copywriting*, serta kemampuan menyelaraskan pesan iklan dengan produk dan target audiens. Proses pembelajaran yang kontekstual dan integratif menjadikan bahasa Indonesia tidak lagi hanya sebagai mata pelajaran umum, melainkan sebagai literasi vokasional yang langsung menopang kebutuhan kewirausahaan, komunikasi pemasaran, dan keterampilan abad -21.

Penerapan PjBL juga terbukti mendorong lahirnya karya advertensi yang multimodal, memadukan bahasa dan visual secara seimbang, serta memperkuat kolaborasi lintas mata pelajaran dengan melibatkan guru produktif dan praktisi industri. Temuan ini mengisi kekosongan penelitian sebelumnya yang cenderung memisahkan pembelajaran bahasa dengan konteks vokasional. Dengan demikian, pembelajaran menulis teks advertensi melalui PjBL menawarkan model alternatif yang relevan untuk mendukung integrasi pelajaran umum dan produktif SMK, sekaligus memperlihatkan pentingnya penataan kurikulum berbasis proyek yang lebih autentik, aplikatif, dan naratif.

DAFTAR RUJUKAN

- Ayu, I., Gita, P., Agung, A., Dian, A., Bagus, I., & Satya, M. (2023). *Analyzing Persuasive Language in Le Minerale Advertisement : Focus on Health and Family*. Januari, 37–44.
- Betty, H., Oppusunggu, M. P., & Hasibuan, M. S. (2023). Penerapan Model Pembelajaran Project Based Learning (PJBL) Untuk Meningkatkan Keaktifan Dan Hasil Belajar Bahasa Indonesia Siswa Kelas X MPLB 4 SMK Negeri 7 Medan Tahun Ajaran 2022 / 2023. *Jurnal Bastaka Universitas Balikpapan*, 139–146.
- Han, Y. (2020). Advertisement on Tik Tok as a Pioneer in New Advertising Era: Exploring Its Persuasive Elements in the Development of Positive Attitudes in Consumers. *Science and Technology*, 2(11), 81–92. <https://doi.org/10.25236/FSST.2020.021113>.
- Ignjatović, G. (2020). Integrative learning approach in ESP/ELP: Theoretical framework of intradisciplinary, multidisciplinary, interdisciplinary, and transdisciplinary integration. *Zbornik Radova Pravnog Fakulteta Nis*, 59(88), 179–198. <https://doi.org/10.5937/zrpfno-27891>.
- Ilhamsyah, & Herlina. (2019). Tagline in Advertisement Digital Era Case Study of #adaaqua Advertising Campaign. *6th Bandung Creative Movement 2019*, 2019(6), 483–487. <https://www.neliti.com/publications/293392/>.
- Konstantinidou, L., Madlener-Charpentier, K., Opacic, A., Gautschi, C., & Hoefele, J. (2023). Literacy in vocational education and training: scenario-based reading and writing education. *Reading and Writing*, 36(4), 1025–1052. <https://doi.org/10.1007/s11145-022-10373-4>.
- Liani, M. D., Hafidah, D., Fadhillah, A. D., & Indonesia, U. P. (2025). Implementation of the Kurikulum Merdeka on productive subjects in the Accounting Department Maula. *Journal of Curriculum Development*, 4(1), 157–172. <https://ejournal.upi.edu/index.php/CURRICULA/>.
- M.Y. Neang, D.M.E. Puang, & M.H.D. Bunga. (2024). Pengaruh Model Project Based Learning Terhadap Keterampilan Menulis Iklan. *PENDASI Jurnal Pendidikan Dasar Indonesia*, 8(1), 124–132. https://doi.org/10.23887/jurnal_pendas.v8i1.3093.
- Markula, A., & Aksela, M. (2022). The key characteristics of project-based learning: how teachers implement projects in K-12 science education. *Disciplinary and Interdisciplinary Science Education Research*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/s43031-021-00042-x>.
- Meng, N., Dong, Y., & D, R. (2023). Tackle implementation challenges in project-based learning: a survey study of PBL e-learning platforms. *Education Tech Research Dev*, 71, 1179–1207.

- Muhibbullah, M. M., Alviani, V. Z., Natasya, D., Rahmadini, A. R., & Trilisiana, N. (2024). Analisis Kesesuaian Implementasi Sintaks Project Based Learning dalam Proses Pembelajaran. *Epistema*, 5(1), 42–57. <https://doi.org/10.21831/ep.v5i1.63964>.
- Muhtar, M., Suryanti, S., Bachri, B. S., Mila, K., Laili, A. Q., Yuliaturosida, E., & Siyam, I. N. (2025). Implementation of Project-Based Learning Model in Vocational High Schools: A Bibliometric Analysis. *Educational Process: International Journal*, 15. <https://doi.org/10.22521/edupij.2025.15.169>.
- Naseer, F., Tariq, R., Alshahrani, H. M., Alruwais, N., & Al-Wesabi, F. N. (2025). Project based learning framework integrating industry collaboration to enhance student future readiness in higher education. *Scientific Reports*, 15(1), 1–25. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-10385-4>.
- Nirmala, V. (2018). Iklan Dalam Pembelajaran Pragmatik di Sekolah Menengah Atas VITA. *Balai Bahasa Provinsi Sumatera Selatan Jalan Seniman Amri Yahya, SU 1, Jakabaring*, 6.
- Pontjowulan. (2023). Bangkitkan Aktivitas Belajar dan Keterampilan Siswa Menulis Teks Persuasi Melalui Model Pembelajaran Problem Based Learning Berbantuan Media Canva. *Journal of Educational and Cultural Studies*, 2(2), 94–104.
- Puri, P. S., Murtinugraha, R. E., & Arthur, R. (2024). Studi Literatur : Kesulitan dalam Pengaplikasian Model Pembelajaran Project Based Learning (PjBL) oleh Guru SMK. *Prosiding Seminar Pendidikan Kejuruan Dan Teknik Sipil (E-Journal)*, 2(September), 37–50.
- Ramdhani, M. R., & Adawiyah, R. (2023). Strategi Peningkatan Kompetensi Guru Sekolah Kejuruan (SMK) Islam Swasta pada Era 4.0. *Progressive of Cognitive and Ability*, 2(3), 180–191. <https://doi.org/10.56855/jpr.v2i3.510>.
- Rehman, N., Huang, X., Mahmood, A., AlGerafi, M. A. M., & Javed, S. (2024). Project-based learning as a catalyst for 21st-Century skills and student engagement in the math classroom. *Heliyon*, 10(23), e39988. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e39988>.
- Rijanto, & Padhilah. (2023). Perancangan Konsep Design Animasi 2D Dengan Teknik Motion Graphic Pop Up Sebagai Peningkatan Daya Tarik Media Advertensi Visual. *Insit Informatika Sains Teknologi*, 1(01), 67–82. <https://uia.e-journal.id/INSIT/article/view/3039%0Ahttps://uia.e-journal.id/INSIT/article/download/3039/1532>.
- Setiawan, A., Hamdani, A., Komaro, M., Utami, N., & Saputra, N. A. (2025). Teacher Competency Training in TEFA Learning and Scientific Work at SMKN 4 Sukabumi. *Jurnal Abmas: Media Informasi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 25(1), 17–28.

- Solomon, M. R. (2009). *Launch! advertising and promotion in real time*. Saylor Foundation. [https://books.google.com.my/books?id=6aKdSVfr4boC&pg=PA163&dq=dagmar+model+of+advertising&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj5n66735zfAhUBQ48KHf5kAtMQ6AEIMjAC#v=onepage&q=dagmar model of advertising&f=false](https://books.google.com.my/books?id=6aKdSVfr4boC&pg=PA163&dq=dagmar+model+of+advertising&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj5n66735zfAhUBQ48KHf5kAtMQ6AEIMjAC#v=onepage&q=dagmar%20model%20of%20advertising&f=false).
- Sutrisno, D. B. (2024). *Multimodal Literacy and Multimodal Assignments in Indonesian EFL Classrooms* (Issue Icollite 2023). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-376-4_19.
- Terkan, R. (2014). Importance of Creative Advertising and Marketing According to University Students' Perspective. *International Review of Management and Marketing*, 4(3), 239–246. www.econjournals.com.
- Wildeman, E., Koopman, M., & Beijaard, D. (2023). Content and language integrated learning in technical vocational education: teachers' practical knowledge and teaching behaviour. *Journal of Vocational Education and Training*, 75(3), 479–500. <https://doi.org/10.1080/13636820.2021.1899269>.
- Zhang, A., Huang, G., & Ying, F. (2023). Babbling: A Digital Book Application to Improve Preschool Children's Social Communication Ability. *Frontiers in Artificial Intelligence and Applications*, 365, 379–389. <https://doi.org/10.3233/FAIA220731>.
- Zhang, L., & Ma, Y. (2023). A study of the impact of project-based learning on student learning effects: a meta-analysis study. *Frontiers in Psychology*, 14(July), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1202728>.
- Zhang, Y., & Jia, S. (2022). A study on the effects of language and visual art integrated teaching on language learning performance and satisfaction of ethnic minority students in China. *Frontiers in Psychology*, 13, 1–9.