



Prosiding

Seminar Nasional

Unit Kegiatan Mahasiswa Penalaran dan Riset
IKIP PGRI Bojonegoro

Tema "Eksplorasi Penalaran dalam Riset untuk Meningkatkan Kualitas Publikasi Ilmiah"



Efektivitas Model *Discovery Learning* berbantuan Media Website Interaktif terhadap Keterampilan Menulis Teks Iklan

Rindu Ajeng Pramesti¹, Cahyo Hasanudin²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indoensia, IKIP PGRI Bojonegoro
Indonesia

rinduajeng0207@gmail.com

abstrak— Teks iklan merupakan bentuk media komunikasi yang berfungsi menyampaikan informasi kepada target audiens dengan tujuan untuk memengaruhi agar audiens tertarik terhadap pesan atau produk yang disampaikan. Studi ini bermaksud untuk mengetahui Efektivitas Model Discovery Learning terhadap kemampuan menulis teks iklan dengan berbantuan media website interaktif. Metode studi ini merupakan metode quasi-experimental. Metode quasi-experimental yakni metode yang memakai satu kelompok saja, di mana peserta dikenai tes sebelum dan sesudah diberikan treatment. Hasil penelitian memperlihatkan memperlihatkan adanya peningkatan kemampuan menulis yang signifikan, dengan rata-rata nilai *pretest* sebesar 60 dan *posttest* menjadi 81. Nilai N-Gain sebesar 0,534 berada pada kategori sedang, sedangkan uji t memperlihatkan nilai t_{hitung} 12,907 lebih besar dari t_{tabel} 2,898 yang berarti H_0 ditolak. Temuan ini membuktikan bahwa penerapan model discovery learning berbantuan media website interaktif efektif dalam meningkatkan keterampilan menulis teks iklan.

Kata kunci— Teks Iklan, Discovery Learning, Website Interaktif

Abstract— Advertising text is a form of communication media that serves to convey information to the target audience with the aim of influencing them to be interested in the message or product being conveyed. This study aims to determine the effectiveness of the Discovery Learning Model on the ability to write advertising texts with the help of interactive website media. This research method is a quasi-experimental method. The quasi-experimental method is a method that uses only one group, where participants are tested before and after being given treatment. The results of the study show a significant increase in writing skills, with an average pretest score of 60 and a posttest score of 81. The N-Gain score of 0.534 is in the moderate category, while the t-test shows a t-count of 12.907, which is greater than the t-table of 2.898, meaning that H_0 is rejected. These findings prove that the application of the discovery learning model assisted by interactive websites is effective in improving advertising text writing skills.

Keywords— Advertising Text, Discovery Learning, Interactive Website

PENDAHULUAN

Menulis merupakan cara berkomunikasi tidak langsung karena gagasan dan pesan disampaikan melalui bahasa tulis (Hasriani, 2023). Yusuf dkk. (2017) juga mengatakan bahwa menulis melibatkan proses berpikir. Aktivitas ini, menurut Novelti (2023) ialah proses menuangkan pikiran ke dalam bentuk tulisan yang tersusun runut agar mudah dipahami. Dengan demikian, menulis bisa dipandang sebagai kegiatan menyampaikan gagasan secara teratur melalui teks.

Tujuan menulis tidak hanya untuk memberikan informasi, tetapi juga memengaruhi pembaca dan memperluas wawasan (Ghunu, 2023). Sejalan dengan itu, Fadhillah (2022) menegaskan bahwa menulis bermaksud menyampaikan pikiran dan perasaan penulis secara jelas. Syafie'ie dalam Widodo (2021) mengatakan bahwa tulisan dibuat agar pembaca memahami pesan ataupun memperoleh motivasi dari isi teks. Jadi, menulis berfungsi untuk menyampaikan gagasan serta memengaruhi dan memberi pemahaman kepada pembaca.

Teks iklan merupakan bentuk media komunikasi yang berfungsi menyampaikan informasi kepada target audiens dengan tujuan untuk memengaruhi agar audiens tertarik terhadap pesan atau produk yang disampaikan (Widyatama, 2011). Selain itu, iklan juga bisa diartikan sebagai bentuk pemberitahuan kepada publik mengenai produk atau jasa yang ditawarkan (Wibowo & Hendriyani, 2018). Teks iklan sendiri bisa berbentuk komunikasi yang dipakai untuk memperkenalkan, memasarkan, dan mempromosikan suatu produk kepada khalayak luas (Mudikawaty dkk., 2018).

Menurut Rahman (2017) struktur teks iklan yakni judul, nama produk, dan penejelasan tentang produk. Menurut Widhayani (2020) judul dalam iklan harus mampu menjadi daya tarik utama agar pembaca ingin mengetahui isi iklan secara keseluruhan. Menurut Rachmat (2019) pencantuman nama produk membantu memperkuat identitas dan membangun citra merek dalam benak konsumen. Selain itu, penjelasan produk juga berfungsi sebagai alat persuasi agar pembaca terdorong untuk mencoba atau membeli produk yang ditawarkan (Rahmawati dkk., 2023).

Metode pembelajaran discovery learning merupakan pendekatan mengajar yang dirancang agar peserta didik bisa memperoleh ilmu baru melalui proses menemukan sendiri, bukan semata-mata dari penjelasan guru (Susana, 2019). Discovery learning sendiri merupakan serangkaian aktivitas belajar yang mendorong murid untuk memakai seluruh kemampuan berpikirnya secara optimal dalam meneiti sesuatu secara logis (Pranoto, 2023). Selain itu, model pembelajaran discovery learning merupakan suatu pendekatan belajar yang efektif sekaligus menyenangkan, karena menuntut keterlibatan aktif peserta didik dalam seluruh proses pembelajaran (Syamsida, 2023).

Karakteristik model pembelajaran *discovery learning* yakni peserta didik dipacu untuk mandiri dan aktif dalam memahami berbagai konsep (Strauning, 2023). Pembelajaran ini mengutamakan pada kemampuan siswa untuk memecahkan masalah (Agustina, 2019). Adapun sintak pembelajaran *Discovery Learning* berbantuan website interaktif bisa dilihat pada tabel berikut. Adapun sintak pembelajaran *Discovery Learning* berbantuan website interaktif bisa dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Sintak pembelajaran *Discovery Learning*

Konsep	Implementasi Model Discovery Learning berbantuan Media Website Interaktif terhadap Keterampilan Menulis Teks Iklan
a) Stimulation (Pemberian Rangsangan)	Guru memanfaatkan website interaktif untuk menampilkan contoh teks iklan sehingga siswa tertarik dan memahami konteks awal.
b) Problem Statement (Pernyataan/Identifikasi Masalah)	murid diarahkan untuk menemukan pertanyaan atau masalah terkait cara membuat teks iklan
Data Collection (Pengumpulan Data)	murid menggali informasi dari fitur-fitur dalam website seperti materi dan contoh
Data Processing (Pengolahan Data)	murid mengolah informasi tersebut dengan menganalisis struktur beserta ciri-ciri iklan.
Verification (Pembuktian)	Siswa membandingkan hasil kerja siswa dengan contoh yang tersedia di website serta memperoleh umpan balik
Generalization (Menarik Kesimpulan)	Pada tahap akhir, siswa menyimpulkan prinsip menulis teks iklan dan menerapkannya dalam pembuatan iklan secara mandiri.

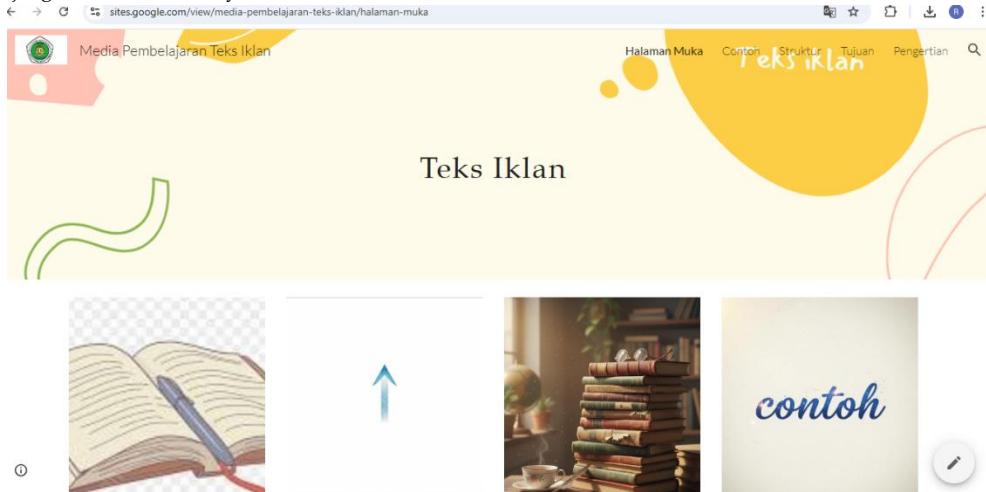
(dikembangkan dari teori Hosnan dalam Nuryakin, 2025)

Website merupakan kumpulan halaman web yang ada dalam satu domain (Yuhefizard dkk., 2009). Selain itu, website merupakan sekumpulan halaman digital yang memuat informasi dalam berbagai bentuk, baik video maupun gambar baik secara terpisah ataupun gabungan (Kusumawardani dkk., 2023). Sejalan dengan itu, website atau yang sering disebut situs, merupakan himpunan halaman yang menampilkan berbagai jenis teks (Hidayat, 2010).

Tujuan pembuatan website yakni sebagai alat pemasaran, karena pemasaran memakai internet bisa dilakukan dengan lebih cepat serta memiliki jangkauan yang lebih luas (Tristianto, 2025). Selain itu website dibuat bermaksud untuk nilai tambah bagi sebuah perusahaan (Sulistowati, 2019). Selanjutnya, website juga bisa difungsikan sebagai katalog digital yang menampilkan berbagai produk yang dijual oleh perusahaan (Sutisna, 2008).

Berikut merupakan tampilan website yang dipakai dalam studi ini

Gambar 1. Website Interaktif



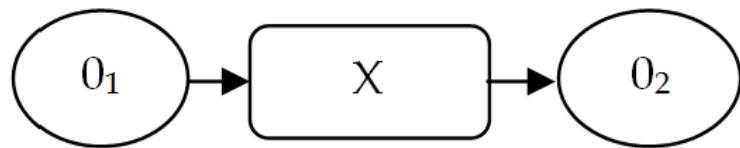
Website interaktif yang dipakai dalam studi ini bisa diakses melalui peramban berikut <https://sites.google.com/view/media-pembelajaran-teks-iklan/halaman-muka>.

Jadi, studi ini penting dilakukan untuk mengetahui Efektivitas Model *Discovery Learning* berbantuan Media Website Interaktif terhadap Keterampilan Menulis Teks Iklan

METODE PENELITIAN

Studi ini ialah penelitian quasi-experimental. Hasanudin dkk. (2025) mengatakan bahwa desain penelitian quasi-experimental cenderung lebih efisien dalam hal waktu dan energi tanpa memerlukan pembentukan acak kelompok eksperimen dan kontrol. Di dalam studi ini desain yang dipilih ialah *one-group pretest-posttest design*. *One-group pretest-posttest design* merupakan salah satu bentuk quasi-eksperimen yang memakai satu kelompok saja, di mana peserta dikenai tes sebelum dan sesudah diberikan treatment (Rahim dkk., 2022). Adapun gambar desain studi ini bisa dilihat pada gambar berikut.

Gambar 2. Desain Penelitian One-Group Pretest-Posttest
(Awalludin, 2017)



Partisipan di dalam studi ini ialah siswa kelas VIII dengan jumlah siswa 18. Alasan pemilihan partisipan ini ialah Siswa kelas VIII memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yakni sedang mempelajari materi teks iklan yang menjadi fokus intervensi dalam studi ini.

Teknik pengumpulan data di dalam studi ini dengan metode tes. Instrumen tes bisa dijelaskan melalui tabel berikut.

Tabel 2. Instrumen Tes

Indikator	Pedoman Penskoran
-----------	-------------------

Judul	<p>3= Sangat baik</p> <p>a) Judul menarik perhatian dan sesuai dengan isi iklan</p> <p>b) Mengandung kata-kata yang jelas, komunikatif, dan menggambarkan keunggulan produk</p> <p>2= Cukup</p> <p>a) Judul kurang menarik atau terlalu umum</p> <p>b) Tidak menonjolkan keunggulan produk</p> <p>1= Kurang</p> <p>a) Judul tidak relevan, kurang jelas, atau tidak ada</p> <p>b) Tidak mencerminkan isi iklan dan tidak menarik perhatian pembaca.</p>
Nama Produk	<p>3= Sangat baik</p> <p>a) Nama produk jelas dan langsung memperlihatkan identitas produk</p> <p>2= Cukup</p> <p>b) Nama produk ada tetapi kurang menonjol atau kurang spesifik</p> <p>1= Sangat Kurang</p> <p>c) Nama produk tidak jelas, tidak lengkap, atau tidak dicantumkan sama sekali</p>
Penjelasan Produk	<p>3= Sangat baik</p> <p>a) Penjelasan produk lengkap, mencakup manfaat, keunggulan, atau informasi penting lain dengan bahasa yang komunikatif</p> <p>2= Kurang</p> <p>b) Penjelasan produk ada tetapi belum mendalam</p> <p>1= Sangat Kurang</p> <p>c) Penjelasan produk sangat minim, tidak jelas, tidak relevan, atau tidak ada sama sekali.</p>

Teknik analisis data memakai N-Gain seperti berikut.

$$\langle g \rangle = \frac{s_{posttest} - s_{pretest}}{s - s_{pretest}} \quad (\text{Pratiwi, 2016})$$

Berdasarkan rumus di atas, maka bisa dilakukan kategorisasi interpretasi melalui tabel berikut.

Kategori	Interpretasi
$g > 0,7$	Tinggi
$0,3 \leq g \leq 0,7$	Sedang
$g < 0,3$	rendah

Rumus uji T berpasangan dipakai dalam analisis statistik untuk membandingkan dua rata-rata sampel yang saling terkait.

$$t = \frac{\bar{d}}{\frac{sd}{\sqrt{n}}}$$

df= n-1

(Rahmani, Risnawati, & Hamdani, 2025)

Berdaskan data di atas maka bisa dibuat penjelasan sebagai berikut: t = Nilai t hitung, \bar{D} = Rata Rata pengukuran sampel 1 dan 2, SD = Standar deviasi pengukuran sampel 1 dan 2, N = Jumlah sampel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian memperlihatkan bahwa penggunaan media website interaktif mampu meningkatkan hasil belajar siswa pada kelas yang dijadikan sampel. Peningkatan tersebut tampak dari perbandingan nilai pretest dan posttest yang ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 3. Data Nilai Pretest dan Posttest Sampel Penelitian

Komponen CJumlah (n)	Pretest	Posttest
Jumlah Nilai	18	18
Nilai Tertinggi	1078	1467
Nilai Terendah	67	89
Rata-rata (\bar{x})	44	78
Standar Deviasi (s)	60	81
Varians (s^2)	7,534911	5,237828
	56,77488	27,43484

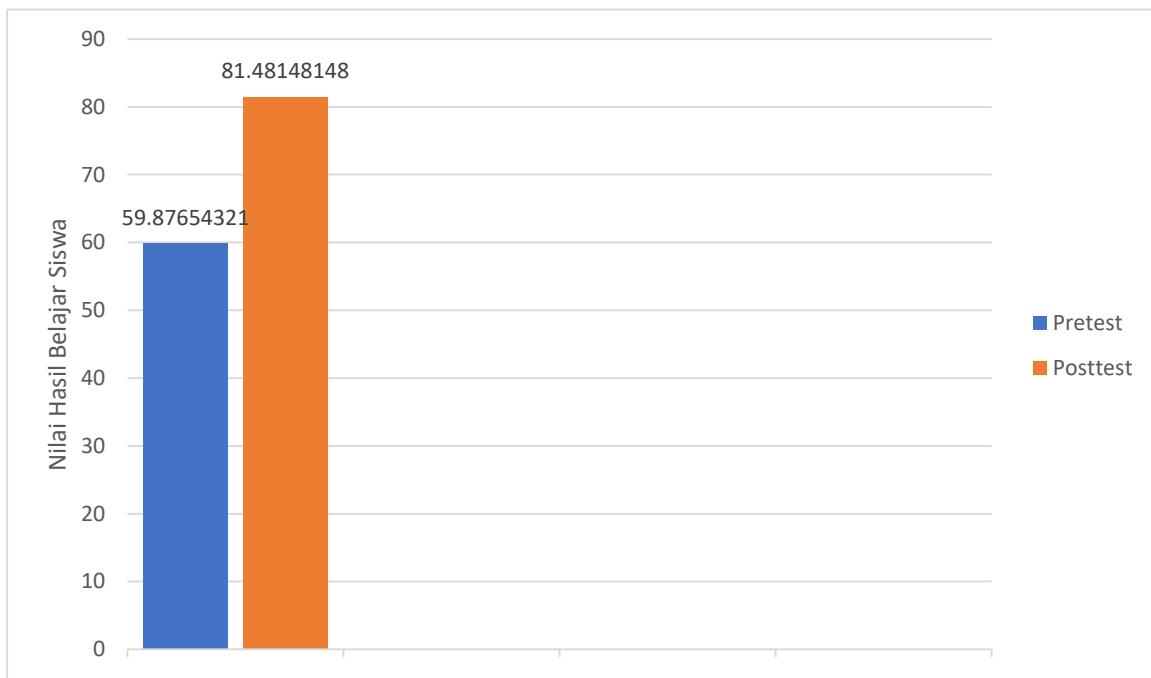
Nilai posttest yang diperoleh peserta didik sesudah mengikuti pembelajaran dengan memakai model Discovery Learning memperlihatkan peningkatan yang jelas dibandingkan dengan hasil pretest. Model Discovery Learning memberikan ruang bagi siswa untuk aktif mencari, serta memahami konsep melalui proses eksplorasi dan penyelidikan, sehingga pemahaman mereka terhadap materi penulisan teks iklan menjadi lebih kuat. Tahapan-tahapan dalam Discovery Learning mulai dari stimulasi, identifikasi masalah, pengumpulan data, hingga pembentukan konsep, sesuai dengan tujuan pembelajaran, sehingga membantu siswa mengembangkan kemampuan menulis teks iklan secara lebih mandiri dan terarah.

Dalam studi ini, media website interaktif berperan sebagai sarana belajar yang memudahkan siswa memahami penjelasan, struktur serta langkah-langkah penyusunan teks iklan melalui tampilan materi, contoh, serta fitur interaktif. Elemen pada website tersebut turut memperkuat pemahaman karena memberikan gambaran langsung mengenai bentuk dan teknik penulisan iklan. Kombinasi model Discovery Learning dengan media website interaktif membuat proses pembelajaran lebih menarik dan mendorong murid menemukan konsep secara mandiri melalui kegiatan eksplorasi, analisis informasi, dan penyusunan pesan iklan secara kreatif

Penggunaan media website interaktif dinilai efektif sebagai sarana pembelajaran karena mampu memberikan pengalaman belajar yang lebih fleksibel. Melalui media ini, peserta didik bisa mengakses materi secara mandiri. Selain itu, tampilan interaktif pada website mampu meningkatkan fokus belajar serta mendorong keterlibatan aktif siswa dalam proses pembelajaran, termasuk kolaborasi antarpeserta didik selama kegiatan kelas berlangsung (Ali dkk., 2024).

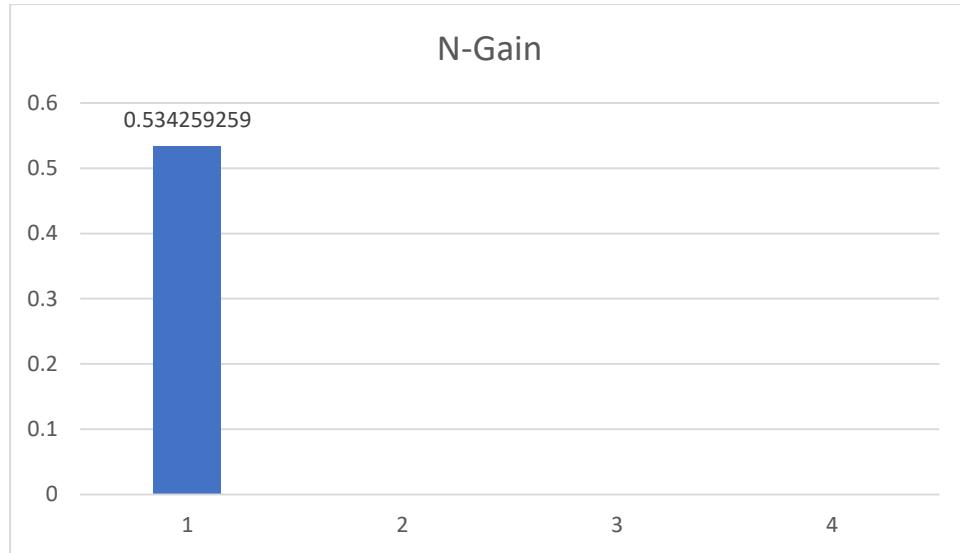
Peningkatan hasil belajar melalui penggunaan media website interaktif terjadi karena siswa memperoleh pengalaman baru untuk memahami materi pembelajaran. Kenaikan rata-rata dari pretest dan posttest memperlihatkan bahwa peserta didik dalam studi ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Rata-rata nilai pretest sebesar 60 meningkat menjadi 81 pada posttest, sehingga ada peningkatan sebesar 21 poin. Perubahan tersebut terlihat jelas pada grafik berikut.

Gambar 3. Grafik hasil belajar



Sedangkan uji gain bisa dilihat pada grafik di bawah ini

Gambar 4. Grafik Nilai N-Gain



Berdasarkan grafik N-Gain, terlihat bahwa peningkatan rata-rata kemampuan siswa berada pada kategori tinggi. Temuan ini memperlihatkan bahwa sebagian besar peserta didik bisa memahami serta mengolah materi pembelajaran dengan baik sesudah mengikuti proses belajar. Media interaktif mampu menjaga fokus siswa selama pembelajaran berlangsung (Rahim dkk., 2025). Penyampaian materi melalui media digital yang responsif bisa meningkatkan keterlibatan siswa dan mempercepat proses pemahaman (Irwanto dkk., 2025). Selain itu, perpaduan tampilan visual yang menarik dengan aktivitas interaktif mampu meningkatkan motivasi belajar sekaligus membantu peserta didik membangun pemahaman konsep secara lebih mendalam (Subriah dkk., 2025).

Hasil statistik uji t berpasangan Paired Sample t-test bisa dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Paired Sample t-test

t-Test: Paired Two Sample for Means

	<i>Postes</i>	<i>Pretes</i>
Mean	81,48148148	59,87654
Variance	29,0486565	60,11458
Observations		18
Pearson Correlation	0,463427557	
Hypothesized Mean Difference	0	
df		17
t Stat	12,90736224	
P(T<=t) one-tail	1,63679E-10	
t Critical one-tail	2,566933984	
P(T<=t) two-tail	3,27359E-10	
t Critical two-tail	2,89823052	

Hasil analisis memperlihatkan bahwa nilai t hitung yang diperoleh jauh lebih besar daripada nilai t tabel ($12,907 > 2,898$), sehingga H_0 dinyatakan ditolak. Temuan ini menegaskan bahwa ada perbedaan yang menonjol antara keterampilan menulis teks iklan sebelum dan sesudah penerapan model Discovery Learning. Discovery Learning membantu memperkuat keterampilan menulis karena siswa memahami konsep melalui proses penemuan (Raisa dkk., 2022). Alamsyah & Yusuf (2025) menambahkan bahwa media interaktif menyediakan umpan balik langsung sehingga mendukung pembelajaran yang lebih efektif. Pembelajaran yang memberi ruang eksplorasi mandiri bisa memperkaya proses berpikir dan menghasilkan tulisan yang lebih baik (Jufri dkk., 2023).

Penggunaan Discovery Learning dengan situs web interaktif secara signifikan meningkatkan keterampilan menulis teks iklan siswa. Pendekatan ini mendorong eksplorasi dan keterlibatan aktif, yang mengarah pada peningkatan pemahaman dan kreativitas. Hasil penilaian sebelum dan sesudah pembelajaran secara jelas memperlihatkan kemajuan yang nyata dalam kemampuan siswa untuk menyusun pesan iklan yang menarik secara efektif.

SIMPULAN

Hasil uji t yang dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05 memperlihatkan nilai t_{hitung} sebesar 12,907, yang jauh lebih tinggi daripada nilai t_{tabel} sebesar 2,898. Perbedaan yang cukup besar ini jelas memperlihatkan bahwa peningkatan yang diamati dalam keterampilan menulis teks iklan siswa secara statistik signifikan. Secara khusus, sesudah memakai metode Discovery, siswa memperlihatkan peningkatan yang luar biasa dalam kemampuan mereka untuk membuat teks iklan yang efektif. Temuan ini memperlihatkan bahwa pendekatan Discovery memiliki dampak positif dan bermakna pada kemampuan menulis siswa di bidang ini, yang menegaskan efektivitasnya sebagai strategi pengajaran.

REFERENSI

- Agustina, M. (2023). *Strategi pembelajaran di sekolah dasar*. Yogyakarta: CV Ananta Vidya.
- Alamsyah, N., & Yusuf, D. U. (2025). Pengembangan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint pada mata pelajaran dasar desain grafis di SMK Negeri Kota Makassar. *Education and Information Technologies*, 1(1), 22-28. <https://jurnal.aaapublisher.com/index.php/EIT/article/view/68>.
- Ali, A., Maniboey, L. C., Megawati, R., Djarwo, C. F., Listiani, H. (2024). *Media pembelajaran interaktif*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Awalludin. (2017). *Pengantar bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish
- Fadhillah, D. (2022). *Aspek pembelajaran bahasa Indonesia*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ghunu, Y. (2023). *Teknik menulis dengan model pembelajaran terpadu bahasa Indonesia untuk SMP/MTs*. Lombok: Penerbit P4I.

Hasanudin, C., Fitrianingsih, A., Zulaeha, I., Fitriyana, N., & Saddhono, K. (2025). *Si Raca App in Quantum Learning, Is It Effective to be Implemented in Early Reading Material for Primary School*. International Research Journal of Multidisciplinary Scope (IRJMS), 6(1), 383-394. <https://doi.org/10.47857/irjms.2025.v06i01.01875>.

Hasriani. (2023). *Belajar menulis teks narasi dengan teknik clustering*. Bandung: Indonesia Emas Group.

Hidayat, R. (2010). *Cara praktis membangun website gratis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Irwanto, Batoa, H., Abdullah, H., Momo, A. H., Wunarwasih, I. A., Hikmah, R., Senjaya, O., Hayati, D. J., Salahuddin. (2025). *Strategi belajar dan mengajar*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

Jufri, A. P., Asri, W. K., Mannahali, M., & Vidya, A. (2023). *Strategi pembelajaran: Menggali potensi belajar melalui model, pendekatan, dan metode yang efektif*. Yogyakarta: Ananta Vidya.

Kusumawardani, D. M., Darmansah, Astuti, S., Fathoni, M. Y., Sunardi, D., Fernandez, S. (2023). *WEB dasar memakai HTML*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.

Mudikawaty M., Meisawaty, M., Nurdiana, A. (2018). *Super complete*. Depok: Magenta Media.

Novelti. (2023). *Menulis Teks Eksposisi memakai media gambar dan Youtube*. Yogyakarta: Deepublish Digital.

Nuryakin (2025). *Model pembelajaran discovery learning dan penerapannya*. Bandung: Tata Akbar.

Pranoto, E. (2023). *Model discovery learning dan problematika hasil belajar*. Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.

Pratiwi, D. D. (2016). Pembelajaran learning cycle 5E berbantuan geogebra terhadap kemampuan pemahaman konsep matematis. *Al-Jabar: Jurnal Pendidikan Matematika*, 7(2), 191-202. <https://doi.org/10.24042/ajpm.v7i2.9684>.

Rachmat, E. (2019). *Explore bahasa Indonesia Jilid II*. Bandung: Penerbit Dunia.

Rahim, R., Tajuddin, S., Ummiyati, Arsyad, W. (2022). *Inovasi pembelajaran keterampilan berbahasa*. Yogyakarta: Zahir Publishing.

Rahim, Chan, D. M., Hayati, N., Pateda, L., Sofyan, A., Rahim, A., Suryaningrum, S., Praptanti, I., Prastawa, S., Aisyah, A. (2025). *Inovasi pembelajaran bahasa di era digital*. Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.

Rahman, T. (2017). *Teks dalam kajian struktur dan kebahasaan*. Semarang: Pilar Nusantara.

- Rahmani, D. A., Risnawati, R., & Hamdani, M. F. (2025). Uji T-Student dua sampel saling berpasangan/dependend (paired sample t-Test). *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia*, 4(2), 568-576. <https://doi.org/10.31004/jpion.v4i2.420>.
- Rahmawati, F. P., Pratiwi, D. R., Kusmanto, H. (2023). *Konsep dasar bahasa Indonesia sekolah dasar*. Surakarta: Muhamadiyah University Press.
- Raissa, K. P., Armanusya, E. A., Rahmawati, L. E., Arifin, Z., & Wahid, A. (2022). Peningkatan keterampilan menulis teks deskripsi malalui model *discovery learning* pada siswa SMP. *Buletin Pengembangan Perangkat Pembelajaran*, 4(1). <https://journals.ums.ac.id/index.php/bppp/article/view/19428>.
- Strauning, H. (2023). *Model pembelajaran discovery learning sukses pembelajaran Ipa*. Indramayu: CV Adanu Abimata.
- Subriah, Muthia, G., Endrawati, S., Angesti, H. P., Anuhgera, D. E., Sumini, G. T., Suratmi, Yesti, H. (2025). *Buku ajar asuhan kebidanan pada pranikah dan prakonsepsi*. Jakarta Barat: PT Nuansa Fajar Cemerlang Jakarta.
- Susana, A. (2019). *Pembelajaran discovery learning memakai multimedia interaktif*. Bandung: Tata Akbar.
- Susilowati, Y. (2019). *Modul E-Commerce untuk siswa kelas XI Teaching Factory*. Blitar: Mutiara.
- Sutisna, D. (2008). *7 langkah mudah menjadi webmaster*. Tangerang: Trans Media.
- Syamsida (2023). *Model discovery learning*. Yogyakarta: Deepublish Digital.
- Tristianto, D. (2025). *Pemograman WEB dan E-Commerce*. Yogyakarta: Cahaya Harapan.
- Wibowo, H., Hendriyani, I. (2018). *Materi umum bahasa Indonesia SMP*. Depok: Pri Cipta Media.
- Widhayani, A. (2020). *Mahir menulis kreatif teks iklan, slogan, dan poster*. Sukoharjo: HM Publisher.
- Widyatama, R. (2011). *Teknik menulis naskah iklan*. Yogyakarta: Cakrawala.
- Widodo, U. (2021). *Menulis dan storytelling Jataka bahasa Inggris*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Yusuf, Y. Ibrahim, R., & Iskandar, D. (2017). *Keterampilan menulis: Pengantar pencapaian kemampuan epistemik*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Yuhefizar, Mooduto, Hidayat, R. (2009). *Cara mudah membangun website interaktif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.