

PENGEMBANGAN MULTIMEDIA INTERAKTIF BERBASIS *PBL* PADA MATA PELAJARAN BAHASA INDONESIA MATERI IKLAN SISWA KELAS V SD NEGERI 3 BITERA KECAMATAN GIANYAR

Oleh

I Gede Dika Seputra

NIM 2111031496

Jurusan Pendidikan Dasar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan rancang bangun, validitas, kepraktisan serta efektivitas multimedia interaktif berbasis *PBL* pada mata pelajaran Bahasa Indonesia materi iklan siswa kelas V SD Negeri 3 Bitera Kecamatan Gianyar. Penelitian ini merupakan bagian dari penelitian pengembangan dengan model ADDIE. Subjek uji coba dalam penelitian ini terdiri dari 2 orang ahli materi, 1 orang ahli desain instruksional, 1 orang ahli media pembelajaran, 3 orang siswa uji coba perorangan, 9 orang siswa uji coba kelompok kecil, 1 orang guru kelas V dan 32 siswa kelas V subjek uji coba efektivitas multimedia interaktif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan tes. Instrumen yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah angket dan soal pilihan ganda Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan analisis statistik inferensial. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa: (1) multimedia interaktif berbasis *PBL* pada mata pelajaran Bahasa Indonesia materi iklan memperoleh validitas sebesar 94,5% pada isi muatan pembelajaran, 90,9 pada desain instruksional dan 90,62% pada media pembelajaran dengan kualifikasi sangat baik. (2) multimedia interaktif berbasis *PBL* pada mata pelajaran Bahasa Indonesia materi iklan dikategorikan sangat praktis dengan hasil kepraktisan 90,83 pada uji perorangan, 90,55 pada uji coba kelompok kecil dan 97,91 pada uji kepraktisan guru dengan kualifikasi sangat baik (3) pengujian hipotesis memperoleh nilai pengujian hipotesis memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (15,575 > 1,695) Sehingga dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan pada kelas sebelum dan sesudah dibelajarkan multimedia interaktif berbasis *PBL* pada mata pelajaran Bahasa Indonesia materi iklan.

Kata kunci : Multimedia Interaktif, *PBL*, Iklan

DEVELOPMENT OF PBL-BASED INTERACTIVE MULTIMEDIA ON INDONESIAN LANGUAGE SUBJECTS ADVERTISING MATERIAL FOR GRADE V STUDENTS OF PUBLIC ELEMENTARY SCHOOL 3 BITERA GIANYAR DISTRICT

By

I Gede Dika Seputra

NIM 2111031496

Primary Education Department

ABSTRACT

This study aims to describe the design, validity, practicality and effectiveness of PBL-based interactive multimedia in Indonesian language subjects of advertising material for fifth grade students of SD Negeri 3 Bitera, Gianyar District. This research is part of development research with the ADDIE model. The test subjects in this study consisted of 2 material experts, 1 instructional design expert, 1 learning media expert, 3 individual trial students, 9 small group trial students, 1 fifth grade teacher and 32 fifth grade students as test subjects for the effectiveness of interactive multimedia. Data collection techniques in this study used questionnaires and tests. The instruments used in collecting data in this study were questionnaires and multiple choice questions. The data analysis technique in this study used quantitative descriptive analysis and inferential statistical analysis. The results of this study state that: (1) PBL-based interactive multimedia in Indonesian language subjects on advertising material obtained a validity of 94.5% on learning content, 90.9 on instructional design and 90.62% on learning media with very good qualifications. (2) PBL-based interactive multimedia in Indonesian language subjects advertising material is categorized as very practical with practicality results of 90.83 in individual tests, 90.55 in small group trials and 97.91 in teacher practicality tests with very good qualifications (3) hypothesis testing obtained a hypothesis testing value obtained a $t_{count} > t_{table}$ value ($15.575 > 1.695$) So it can be concluded that there is a significant difference in the class before and after being taught PBL-based interactive multimedia in Indonesian language subjects advertising material.

Keyword: Interactive Multimedia, Advertising