

STRUKTUR WACANA PADA IKLAN PINJOL OLEH KOMINFO: TEORI VAN DIJK

Fitri Zulhandayani¹, Syairal Fahmy Dalimunthe², Muhammad Surif³

^{1,2,3}Program Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Medan
Jln. Willem Iskandar Psr. V, Medan Estate
fitrizhandayani@gmail.com¹, fahmy@unimed.ac.id², surif@unimed.ac.id³

Abstrak

Pada masa milenial ini sarana informasi bersumber dari berbagai media telekomunikasi. Sehingga iklan, slogan bahkan poster yang disebar luaskan di media sosial ataupun media massa akan mempengaruhi pengetahuan masyarakat. Pemahaman dan penjelasan sebuah poster pasti memiliki maksud dan penyampaian tertentu. Maka dari itu perlu adanya tinjauan khusus untuk memperjelas serta mendeskripsikan struktur dan maksud penyampaian dari sebuah poster. Peneliti mengambil sampel dari salah satu poster yang disebar oleh Kominfo di media sosialnya yang kemudian akan di teliti berdasarkan tinjauan teori Van Dijk. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Teknik analisis data dilakukan secara dokumentasi. Objek penelitian ini adalah iklan layanan masyarakat “Kominfo”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa superstruktur, yang terdiri dari struktur *headline* (kepala iklan), *illustration* (ilustrasi), *body copy* (isi iklan), dan *signature* (logo). Kedua, struktur mikro yang terdiri dari unsur verbal dan non verbal. Ketiga, struktur makro, yang terdiri dari unsur makna poster dan pesan poster. Berdasarkan dari hasil penelitian, struktur wacana poster “Kominfo” telah menggunakan struktur wacana poster yang lengkap, sehingga memudahkan pembaca untuk mendapatkan informasi serta himbauan yang disampaikan oleh poster tersebut.

Kata Kunci: Kominfo, Van Dijk, Wacana

A. PENDAHULUAN

Pada zaman milenial seperti saat ini, media informasi yang berguna untuk mendukung zaman yang serba cepat baik media digital maupun cetak sangat berpengaruh untuk sumber informasi bagi masyarakat. Hal tersebut bisa berupa poster, poster sebenarnya berupa pesan tersirat yang dibentuk menggunakan bahasa menarik dan unik hingga diharapkan agar pembaca serta masyarakat memahami maksud tersirat dari poster tersebut. Gimana masyarakat atau pembacanya diharapkan dapat memahami informasi yang disampaikan oleh poster tersebut sehingga dapat menimbulkan rasa empati ataupun simpati mengenai informasi yang disampaikan poster tersebut. Pembaca dapat memperoleh informasi dengan mencerna dan menafsirkan apa yang disampaikan oleh poster tersebut bentuk gambar maupun tulisan. Untuk menentukan struktur serta makna guna menafsirkan poster layanan masyarakat atau pembaca harus mampu membedakan antara wacana dan pemahaman sehingga terjadi proses psikologis dalam diri pembaca sehingga otak pemikiran dapat menangkap makna sebenarnya dari bahasa ataupun gambar yang diterapkan pada desain poster.

Poster merupakan sebuah media yang berisikan informasi dalam bentuk tulisan ataupun gambar yang mengandung makna dalam setiap objek yang berada di dalamnya. Poster biasanya digunakan untuk memberikan informasi kepada pembaca dengan harapan dapat mempengaruhi pikiran pembaca, poster biasanya menggunakan kalimat-kalimat yang pendek dan gambar-gambar yang relatif menarik perhatian pembaca, biasanya bertujuan untuk tahu atau menyampaikan informasi tertentu. Isi dan desain yang terdapat dalam poster digunakan oleh pembuat untuk mempengaruhi pembaca dalam segala kajian salah satunya adalah kajian pragmatis.

Poster memiliki maksud untuk mengajak, meminta, dan mempengaruhi pembaca untuk melakukan sesuatu. Poster yang dimaksud penelitian ini adalah poster yang diterbitkan oleh Kementrian Kominfo untuk informasi umum khususnya masyarakat Indonesia, dimana poster tersebut dibaca oleh masyarakat Indonesia pada umumnya berkaitan dengan bahasa dan gambar yang terdapat dalam poster maka pembaca haruslah mampu memahami isi poster sesuai dengan dan tujuan poster tersebut.

Dikaitkan dengan analisis wacana kritis pembelajaran tentang memahami struktur dan makna serta penerapannya dalam menyampaikan informasi agar komunikasi yang dilakukan berjalan efektif, sehingga harus ada pemahaman terlebih dahulu kepada pembaca agar tidak ada kekeliruan dalam menafsirkan informasi. Struktur dan susunan penggambaran iklan layanan masyarakat ini akan berpengaruh pada pemaknaannya. Dalam hal ini pembaca memiliki peran yang sangat penting pada proses pemahaman terhadap suatu karya poster. Di mana pesan yang terdapat dalam poster dari analisis struktur wacana menggunakan teori Van Dijk inilah yang menjadi dasar penulis untuk dibahas pada artikel ini. Pemahaman tentang struktur wacana menggunakan teori Van Dijk ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca untuk memaknai struktur serta media poster sebagai sumber informasi yang tepat pada masa sekarang ini.

Pada artikel ini akan dibahas lebih jelas serta menguraikan makna atau mengeksploitasi susunan wacana yang terkandung dalam iklan tersebut berdasarkan tatanan struktur wacana Teun A. Van Dijk dengan tataran tiga aspek, yaitu superstruktur, stuktur mikro, dan struktur makro.

Poster

Menurut pendapat Eko (2004: 128) Poster menjadi sebuah bentuk karya publikasi yang berisi protes, imbauan, pengumuman, bahkan iklan yang memiliki tujuan agar mengajarkan masyarakat, mengimbau, menyalurkan aspirasi serta menawarkan barang. Poster juga bisa

merupakan media luar ruang yang ditulis di selembar kertas atau kain dengan huruf yang besar-besar dan mencolok supaya mudah dibaca.

Poster atau plakat adalah penggambaran yang dibentuk sebesar-besarnya dengan ukuran kertas besar dan tulisan yang mudah dilihat. Poster diaplikasi dengan cara ditempel pada sebuah dinding atau bisa juga pada permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata masyarakat sebisa mungkin, hal ini menyebabkan poster sering dibentuk menggunakan warna-warna kontras, mencolok dan kuat.

Sedangkan Kosasih dan Mumpuni (2004: 54) malah menyampaikan jika Poster lebih pada gambar yang dimaknakan sebagai imbauan, poster menjadikan sumber penguat terletak pada kata-kata agar lebih mudah untuk mempengaruhi pembaca. Kemudian model, desain, kombinasi warna dan bentuk akan membuat poster mampu terus menarik pembaca.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan diatas maka disimpulkan bahwa poster merupakan sebuah plakat yang dipasangkan di tempat umum. Poster berisi beberapa pengumuman yang kemudian diletakkan pada dinding ataupun jalanan dengan bentuk berukuran besar, yang diletakkan di tempat umum. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dan masyarakat publik untuk melihat dengan jelas.

Dimana fungsi utama poster adalah memberikan informasi. Biasanya, poster berfungsi untuk reklame dan layanan masyarakat. Tidak hanya itu, poster memiliki fungsi menjadi sarana media untuk mempromosikan berbagai kegiatan sosial, jenis produk, pendidikan, serta berbagai hal lainnya.

kemudian poster memiliki ciri-ciri antara lain, membentuk komposisi huruf serta gambar ke atas media kertas ataupun kain, disusun menggunakan bahasa jelas, singkat, padat, yang memiliki tulisan berupa frase, klausa, serta kalimat yang efektif, persuasif, dan komunikatif, mengandung beberapa hal yang menarik perhatian orang, ukuran poster harus sesuai dengan lokasi pemasangan, dan yang terakhir menggunakan perpaduan warna yang kuat dan kontras.

Teori Analisis Wacana Van Dijk

Analisis wacana merupakan adaptasi dari berbagai fungsi (pragmatik) bahasa. Stubs mengemukakan bahwa analisis wacana menjadi suatu kajian yang meneliti atau menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Stubs juga memperjelas jika analisis wacana menjadikan konteks sosial sebagai penekanan penggunaannya, khususnya dalam interaksi antar penutur. (Aris, 2012:16)

Menurut Erianto (2001: 224) Wacana digambarkan memiliki tiga dimensi yaitu dimensi teks, kognisi social, konteks social. Inti analisis Van Dijk yaitu menyatukan ketiga dimensi

tersebut dalam satu kesatuan analisis. Pada dimensi teks yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu.

Berikut merupakan bentuk atau gambaran Elemen Wacana berdasarkan teori Van Dijk.

Tabel 1 Elemen Wacana Van Dijk

| Struktur Wacana | Hal Yang Diamati | Elemen |
|------------------------|---|---|
| Struktur Makro | TEMATIK Tema/ topik yang dikedepankan dalam suatu berita | Topik |
| Super Struktur | SKEMATIK Bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks berita utuh | Skema |
| Struktur Mikro | SEMANTIK Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dengan memberi detil pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi lain. | Latar, Detil, Maksud, Praanggapan, Nominalisasi |
| | SINTAKSIS Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih. | Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti |
| | STILISTIK Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita. | Leksikon |
| | RETORIS Bagaimana dan dengan cara penekanan dilakukan. | Grafis, Metafora, Ekspresi. |

B. METODE PENELITIAN

Untuk membentuk metode penelitian yang baik serta mampu membantu menyatunya data secara ringkas dan kilat bahkan tepat. Maka, digunakanlah metode pada penulisan karya ilmiah ini yaitu metode deskriptif analisis. Dengan cara mengumpulkan data berdasarkan metode dokumentasi. Data yang terkumpul pada pembahasan merupakan data hasil pendeskripsian gambar, landasan teori. Serta teknik pengambilan sampel sumber data dengan mempertimbangkan beberapa hal tertentu.

Data yang telah diperoleh akan dipaparkan secara deskriptif sebab penelitian kualitatif tidak menekankan pada angka. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan pembaca agar mengerti dengan apa yang disampaikan peneliti.

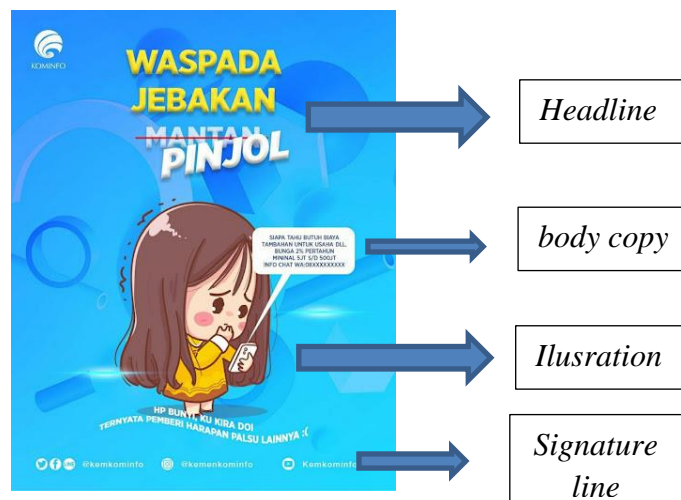
Pada penelitian ini hal pertama diawali dengan mengidentifikasi iklan, mengklasifikasi data dari iklan berdasarkan oleh tiga aspek (superstruktur, struktur mikro, dan struktur makro), dan interpretasi sesuai dengan pandangan van Dijk. Struktur iklan dianalisis berdasarkan struktur makro dengan aspek tematik, superstruktur dengan aspek skematik, dan struktur mikro.

C. PEMBAHASAN

Objek kajian pada penelitian ini berupa wacana Poster Kominfo. Analisis dilakukan terkait objek kajian penelitian adalah wacana yang menganalisis struktur wacana yaitu superstruktur, stuktur mikro, dan struktur makro situs Kominfo sehingga dapat disimpulkan dari hasil penelitian yang diperoleh.

Super Struktur

Van Dijk (2015: 231—232) menyatakan bahwa pada Superstruktur, teks disusun, diurutkan, dan dijadikan kesatuan makna. Superstruktur dapat dikatakan suatu skema dalam suatu teks. Imam (2012), memperjelas bahwa superstruktur menjadi hal mendasar pada teks yang tersusun membentuk satu kesatuan koheren. Superstruktur atau skematis menurut Van Dijk merupakan strategi seorang penulis dalam mengatur komposisi untuk mencapai aliran menuju tujuan dengan memprioritaskan tekanan pada hal-hal penting. Poster Kominfo ini terdiri atas empat struktur pembentuk iklan. Struktur tersebut meliputi *headline*, *body copy*, *ilustration*, dan *signature line*. Ikon Kominfo selain menjadi signature line, juga berguna sebagai latar belakang.



Gambar 1 Superstruktur Poster Kominfo

Sumber : *google*

Desain poster Kominfo dibuat dengan aplikasi desain grafis, di terbitkan dan dicetak pada berbagai media. Pada karya ini menggunakan tema warna biru dengan gradasi berwarna putih background pola grafis *transparent*.

Desain poster ini terdiri dari unsur gambar dan teks yang berupa pesan dari ilustrasi desain pada poster. Secara keseluruhan desain poster ini dibuat berupa ilustrasi gambar dari seorang karakter karikatur perempuan sedang melihat telepon genggam yang mengeluarkan *bubble text*

yang berisikan terror pinjaman *online*. Dimana di gambarkan dengan raut kekhawatiran dan keresahan.

Headline yang terdapat pada poster di atas yaitu “Waspada Jebakan Pinjol”. Untuk teks pada karya ini bertuliskan “Waspada Jebakan Pinjol” menggunakan warna kuning dan kombinasi putih dengan *font Arial bold* juga diberikan efek *emboss* yang diletakkan di atas ilustrasi desain pada bagian tengah. Serta teks bertuliskan “Mantan” menggunakan warna putih dengan yang sama yang diletakkan di belakang tulisan pinjol, dimana tulisan tersebut di coret menandakan tidak dibaca atau di sensor.

Body copy pada poster di atas yaitu “Siapa tahu butuh biaya tambahan untuk usaha biaya dll. Bunga 2% pertahun, minimal 5jt s/d 500jt. Info Chat WA 08xxxxx”, karena kalimat tersebut mengandung pesan dan informasi yang terdapat pada poster tersebut. Kalimat tersebut sebagai penjelasan atau deskripsi dari pesan utama pada pesan utama.

Signature line pada poster tersebut yaitu “HP bunyi, kukira Doi. Ternyata pemberi harapan palsu lainnya”. Dengan demikian struktur bentuk poster layanan masyarakat Kominfo dibuat semenarik mungkin dengan pilihan warna yang sederhana serta kalimat yang unik. Hal ini agar konsumen atau pembaca lebih efisien dan tertarik untuk membaca poster tersebut.

Signature line poster Kominfo terdiri atas dua aspek, yaitu ikon sosial media dan slogan poster. Ikon sosial media dengan mencantumkan nama atau data akun sosial media ini bertujuan sebagai sumber informasi poster yang disebar luaskan.

Struktur Mikro



Gambar 2 Struktur Mikro Iklan Kominfo

Sumber: *google*

Menurut Van Dijk (1980) Mikrostruktur menggambarkan makna lokal berdasarkan kata-kata, frasa, klausa, kalimat, dan koneksi antara kalimat. Sahmeni & Nur (2019: 41) menambahkan bahwa mikro struktur merupakan struktur wacana yang sebenarnya. Bagian ini

adalah struktur yang ada bagaimana pilihan kata-kata yang digunakan pada teks media, pilihan kata-kata dapat menunjukkan sikap dan ideologi. Analisis pada struktur mikro menekankan pada teks sesuai dengan unsur intrinsik (*verbal* dan *non-verbal*).

a. Unsur Verbal

Unsur verbal poster Kominfo pada *body copy* dan *signature line*. Kalimat “HP bunyi, kukira Doi. Ternyata pemberi harapan palsu lainnya” merupakan bagian *signature line*, sedangkan penjelasan tentang informasi poster yaitu *body copy*.

Penggunaan kalimat pada bagian *signature line* ini mengandung pengulangan makna konotasi dari penjelasan *body copy* yang memberikan dampak ataupun mempertegas perasaan batin dari gambar ilustrasi inti pada desain ini. Kalimat itu juga memiliki pemaknaan rasa kecewa yang juga digambarkan dengan ilustrasi seorang gadis dengan raut wajah sedih.

Pada bagian *body copy* menggunakan kalimat persuasi yang juga dibentuk menggunakan majas sindiran Ironi. Hal ini terlihat dari penggambaran tokoh utama dengan raut wajah yang seolah cemas melihat pesan dari gawainya yang berisi kalimat “Siapa tahu butuh biaya tambahan untuk usaha biaya dll. Bunga 2% pertahun, minimal 5jt s/d 500jt. Info Chat WA 08xxxxx” kalimat ini mengandung makna retorik yang bertolak belakang pada tokoh utama pada desain poster ini. Pembentukan dan pemilihan kata pada bagian *body copy* ini terjadi secara beriringan dan saling berhubungan, namun berbeda posisi. Susunan ketiga kalimat tersebut juga saling berhubungan satu sama lain dengan maksud dan tujuan untuk menarik si tokoh utama pada desain tersebut.

b. Unsur Nonverbal

Bagian *illustration* menjadi unsur non-verbal poster. *Illustration* poster Kominfo memiliki dua segmen. Segmen yang pertama yaitu memiliki latar belakang dengan warna biru dengan elemen-elemen seperti ring maupun garis yang menjadi *background* pada *illustration* tersebut.

Segmen lainnya berupa ikon seorang wanita yang tampak cemas dan memegang gawai ditangannya. Pewarnaan rambut coklat yang terjantai panjang hingga hampir menuju lantai dengan pakaian berwarna kuning dan ekspresi cemas.

Pemilihan *ilustrasi* yang berupa gambaran wanita cemas memegang gawai tersebut menjadi pertimbangan bahwa masyarakat akan tertarik dan melihat informasi penting yang disampaikan oleh poster tersebut. Pilihan warna yang mencolok menjadi cerminan dari target perhatian masyarakat untuk menjauhkan diri dari jebakan pinjaman online.

Struktur Makro

Analisis struktur makro membahas dua segmen, adalah makna poster dan pesan poster. Analisis menggunakan pendekatan kontekstual yang disertai dengan analisis struktur mikro sebelumnya.

a. Makna Poster

Makna poster pada wacana poster kominfo berfokus pada *illustration* dan *headline* yang dikuatkan dengan unsur verbal pada *signature line* dan *body copy*. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka analisis akan dirangkai bersama unsur kontekstual. *Headline* poster menyajikan gambar informasi yang bersifat persuasi dengan penyampaian sindiran secara tidak langsung. Di bagian baris ketiga terdapat kata “Mantan” yang dicoret menggunakan garis berwarna merah menandakan bahwasannya kata “Mantan” itu hanya sebagai pemicu ataupun penarik masyarakat agar terlihat unsur humor pada poster tersebut.

Selanjutnya dirujuk pada pemaparan *body copy* “Siapa tahu butuh biaya tambahan untuk usaha biaya dll. Bunga 2% pertahun, minimal 5jt s/d 500jt. Info Chat WA 08xxxxx”, dapat disimpulkan bahwa penulisan kalimat tersebut seakan-akan merupakan informasi yang berasal dari gawai seorang gadis pada ilustrasi tersebut. Pesan didesain dengan menggunakan teks didalam *bubbleb text*. Memberikan makna bahwa isi pada teks tersebut sangat penting menjadi penegas bahwa banyaknya tawaran-tawaran pinjaman online yang beredar pada media sosial bahkan pesan-pesan yang masuk secara acak pada gawai pribadi masyarakat.

Sesuai dengan konteks yang terjadi, poster kominfo ini memberikan sebuah slogan pengingat kepada masyarakat untuk tidak terjebak pada pinjaman online yang mudah didapatkan. Simpulan ini dibuat dengan asumsi bahwa poster kominfo memang merupakan poster layanan masyarakat yang menjadi kebutuhan semua orang, apalagi dengan penawaran pinjaman online yang sangat mudah di dapatkan sehingga hal tersebut harus diingatkan pada seluruh masyarakat. Dengan begitu ikon seorang wanita yang terlihat tampak cemas merupakan simbolisasi kecemasan yang akan dirasakan masyarakat bila terjebak pada banyaknya tawaran pinjaman online tersebut.

b. Pesan Poster

Menganalisis pesan pada poster berdasarkan analisis secara keseluruhan atau kesatuan tidak hanya ditekankan pada strukturnya saja. Poster Kominfo menunjukkan rasa perhatian, sebagai pengingat kepada masyarakat agar tidak terjerumus pada jebakan pinjaman online yang akan merusak perekonomian masyarakat yang tidak mampu melanjutkan pembayaran karena besarnya bunga yang ditawarkan oleh pinjaman online tersebut. Kominfo menjadi media

pelayanan masyarakat yang selalu mengingatkan masyarakat agar tidak melakukan hal-hal yang negatif.

Meskipun begitu pada poster kominfo ini, baiknya menggunakan konsep penulisan dan gambar dapat disusun secara baik agar pesan-pesan dari poster tersebut dapat tampil optimal. Serta baiknya pemilihan warna tulisan dapat diperhatikan baik- baik agar mudah dibaca. Terdapat beberapa tulisan yang terlihat tidak sesuai dengan warna background. Hal ini membuat pesan tersebut sulit untuk dibaca. Serta konsep gambar juga perlu diperhatikan baik- baik agar pembaca dapat memahami makna dari gambar tersebut.

D. SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa superstruktur, yang terdiri dari struktur *headline* (kepala iklan), *illustration* (ilustrasi), *body copy* (isi iklan), dan *signature* (logo). Kedua, struktur mikro yang memuat unsur verbal dan non verbal. Ketiga, struktur makro, yang terdiri dari unsur makna poster dan pesan poster. Berdasarkan dari hasil penelitian, struktur wacana poster “Kominfo” telah menggunakan struktur wacana poster yang lengkap, sehingga memudahkan pembaca untuk mendapatkan informasi serta himbauan yang disampaikan oleh poster tersebut.

Desain poster ini terdiri dari unsur gambar dan teks yang berupa pesan dari *ilustrasi* desain pada poster. Wacana poster kominfo di desain untuk menghimbau masyarakat agar tidak terjerumus pada jebakan pinjaman online yang mengiurkan.

Pesan pada poster kominfo ini secara keseluruhan atau kesatuan tidak hanya ditekankan pada strukturnya saja. Poster Kominfo menunjukkan rasa perhatian, sebagai pengingat kepada masyarakat agar tidak terjerumus pada jebakan pinjaman online yang akan merusak perekonomian masyarakat yang tidak mampu melanjutkan pembayaran karena besarnya bunga yang ditawarkan oleh pinjaman online tersebut. Kominfo menjadi media pelayanan masyarakat yang selalu mengingatkan masyarakat agar tidak melakukan hal-hal yang negatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Badara, Aris. 2012. *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Brata, Indra. 2017. *Analisis Iklan Rumah Spa dan Salon Kecantikan di Kecamatan Ubud*. Retorika: Jurnal Ilmu Bahasa.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS Yogyakarta
- Fairclough, Norman. 1989. *Language and Power*. Longman: London and New York.

- Gee, J. P. 1999. *An introduction to Discourse Analysis Theory and Method*. Routledge: London and New York.
- Imam, Ahmad Fachruddin. 2012. *Analisis Wacana Van Dijk pada Lirik Lagu Irgaa Tani (My Heart Will Go on)*. Journal of Arabic Learning Teaching, vol. 1, no. 1. Universitas Negeri Semarang.
- Noor, Juliansyah. 2020. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group
- Sahmeni, Emi dan Nur Afifah. 2019. *Using Critical Discourse Analysis (CDA) in Media Discourse Studies: Unmask the Mass Media*. Journal of Research and Innovation in Language
- Van Dijk, T. A. 2015. *The Handbook of Discourse Analysis, 2nd ed*. John Wiley & Sons Inc.
- Van Dijk, T.A. 1980. *Macrostructures: An interdisciplinary study of global structure in discourse, interaction, and cognition*. New Jersey.
- Wardaya, A., Kurniawan, N. B., & Siagian, T. H. (2022). KEBIJAKAN PUBLIK DI BIDANG PENDIDIKAN: PENGARUH MOTIVASI BELAJAR TERHADAP PRESTASI SISWA DENGAN KEMAMPUAN TEKNOLOGI DIGITAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Teknologi Pendidikan, 11(2)*, 127-135.
- Marisda, D. H., Hamid, Y. H., Riskawati, R., Samsi, A. N., & Murniati, M. (2022). ASSESMEN FLUENCY OF THINKING, FLEXIBILITY, DAN ELABORATION CALON GURU FISIKA: DESAIN, DAN VALIDITAS. *Jurnal Teknologi Pendidikan, 11(2)*, 136-142.
- Nasution, F. M., Siregar, R., & Lubis, M. J. (2022). GAYA KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN KEADILAN ORGANISASI. *Jurnal Teknologi Pendidikan, 11(2)*, 143-147.
- Zulhandayani, F., Rezeki, K. S., & Lubis, M. J. (2022). PEMANFAATAN CANVA SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN INFORMASI BAGI KEPEMIMPINAN SEKOLAH. *Jurnal Teknologi Pendidikan, 11(2)*, 148-154.
- Silvanus, J., & Ridwan, R. (2022). Efektivitas Pembelajaran Praktikum dengan Google Sites Berbantuan Quizstar untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kreatif Mahasiswa Era Covid-19. *Jurnal Teknologi Pendidikan, 11(2)*, 155-163.
- Sofian, S. R. A., Subchan, W., & Sudarti, S. (2022). PENERAPAN MODEL DISCOVERY LEARNING BERBANTUAN GOOGLE LENS UNTUK MENINGKATKAN AKTIVITAS DAN HASIL BELAJAR SISWA PADA MATERI KLASIFIKASI MAKHLUK HIDUP. *Jurnal Teknologi Pendidikan, 11(2)*, 176-189.

- Kurniasih, E., Arief, Z. A., & Wibowo, S. (2022). PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN JIGSAW DAN KREATIVITAS TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN IPA KELAS VII DI SMP SMART EKSELENSIA INDONESIA KABUPATEN BOGOR. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 11(2), 207-215.
- Pangesty, D. A. R., Nursirwan, H., Marliah, A., Yasa, L. N., & Hartono, R. (2021). The influence of Cooperative Integrated Reading and Composition (CIRC) model on students' written mathematical communication skills in primary school. *Technium Soc. Sci. J.*, 22, 249.
- Pangesty, D. A. R., Arief, Z. A., & Hartono, R. (2022). The Development of Multiple Intelligence-Based E-Books on Grade V Science Learning In Elementary Schools. *International Journal on Engineering, Science and Technology*, 214-219.
- Mursid, R., Saragih, A. H., & Hartono, R. (2022). The Effect of the Blended Project-Based Learning Model and Creative Thinking Ability on Engineering Students' Learning Outcomes. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, 10(1), 218-235.