



EKONOMI KREATIF SEBAGAI PENDEKATAN PENGUATAN LITERASI DI SMA IT ASSALAM MARTAPURA

Ngalimun^{1*}, & Latifah²

^{*1} Universitas Sapta Mandiri

² Universitas Islam Negeri Palangka Raya

*e-Mail: ngalimun@univsm.ac.id

Submit Tgl: 27-Juli-2025

Diterima Tgl: 27-Juli-2025

Diterbitkan Tgl: 29-Juli-2025

Abstract: *The rapid development of technology and digitalization demands literacy learning in secondary schools to be more contextual and applicable. This article examines the implementation of the creative economy as an approach to strengthening Indonesian language literacy at SMA IT Assalam Martapura. The study aims to identify teachers' strategies in designing project-based learning and assess its impact on students' literacy skills and business awareness. A qualitative research method with a case study design was employed. Data were collected through teacher interviews, classroom observations, and document analysis, including lesson plans and student projects (digital posters, product reviews, and promotional videos). Data were analyzed using Miles & Huberman's interactive model with source and method triangulation. The findings reveal that integrating creative economy projects enhances students' persuasive writing skills, digital literacy, and understanding of local product promotion. Teacher evaluations show that 80% of students improved in writing advertisement texts, 70% demonstrated creativity in digital poster design, and 60% showed interest in small-scale business opportunities via social media. These results align with previous studies confirming that creative project-based learning effectively improves learning motivation and 21st-century skills. This approach is recommended for broader implementation with digital technology support and collaboration with local SMEs.*

Keywords: *Creative Economy; Literacy Enhancement Approach*

Abstrak: Perkembangan teknologi dan digitalisasi menuntut pembelajaran literasi di sekolah menengah untuk lebih kontekstual dan aplikatif. Artikel ini membahas penerapan ekonomi kreatif sebagai pendekatan penguatan literasi bahasa Indonesia di SMA IT Assalam Martapura. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi strategi guru dalam merancang pembelajaran berbasis proyek serta menilai dampaknya terhadap keterampilan literasi dan kesadaran bisnis siswa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dengan guru, observasi kelas, serta analisis dokumen berupa RPP dan hasil karya siswa (poster digital, artikel ulasan, dan video promosi). Analisis data menggunakan model interaktif Miles & Huberman dengan triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi proyek ekonomi kreatif meningkatkan keterampilan menulis persuasif, literasi digital, dan pemahaman siswa tentang promosi produk lokal. Evaluasi guru menunjukkan 80% siswa mengalami peningkatan dalam kemampuan menulis teks iklan, 70% siswa kreatif dalam desain poster digital, dan 60% siswa tertarik pada peluang usaha berbasis media sosial. Temuan ini memperkuat penelitian sebelumnya bahwa pembelajaran berbasis proyek kreatif efektif meningkatkan motivasi belajar dan keterampilan abad ke-21. Pendekatan

ini direkomendasikan untuk diimplementasikan secara lebih luas dengan dukungan teknologi dan kolaborasi dengan UMKM lokal.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif; Pendekatan Penguatan Literasi

Cara mengutip Ngalmun, & latifah. (2025). Ekonomi Kreatif sebagai Pendekatan Penguatan Literasi di SMA IT Assalam Martapura. *Surplus: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.71456/sur.v4i1.1393>

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi, globalisasi, dan digitalisasi menuntut generasi muda untuk memiliki kemampuan literasi yang lebih komprehensif. Literasi tidak hanya dipahami sebagai kemampuan dasar membaca dan menulis, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis, kreatif, serta mampu memproduksi teks dan karya yang bernilai guna di masyarakat (Kemdikbud, 2022). Dalam konteks pendidikan menengah, penguatan literasi menjadi salah satu prioritas nasional yang tertuang dalam *Gerakan Literasi Sekolah (GLS)*. GLS bertujuan meningkatkan budaya baca-tulis serta kemampuan siswa dalam mengelola informasi, menyampaikan gagasan, dan memecahkan masalah secara komunikatif (Kemendikbud, 2019).

Di sisi lain, dunia saat ini memasuki era ekonomi berbasis kreativitas. Ekonomi kreatif adalah sektor ekonomi yang mengandalkan ide, kreativitas, dan inovasi sebagai sumber daya utama, bukan semata-mata mengandalkan sumber daya alam atau modal fisik (Howkins, 2013). Konsep ini telah terbukti menjadi salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi dunia, sekaligus memberi ruang luas bagi generasi muda untuk mengeksplorasi potensi mereka dalam menciptakan produk yang bernilai ekonomi. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf, 2021), kontribusi ekonomi kreatif di Indonesia terus meningkat, dengan subsektor seperti media digital, desain grafis, penulisan konten, dan periklanan yang sangat erat kaitannya dengan literasi bahasa.

Integrasi antara literasi dan ekonomi kreatif di sekolah menengah menjadi penting karena keduanya saling mendukung. Literasi bahasa berperan sebagai sarana komunikasi ide, sedangkan ekonomi kreatif menjadi wadah untuk menyalurkan kreativitas tersebut ke dalam bentuk karya yang memiliki nilai jual. Menurut Pratama (2021), penguatan literasi berbasis ekonomi kreatif mampu melatih siswa untuk berpikir inovatif, menulis dengan tujuan persuasif, dan memanfaatkan bahasa sebagai alat promosi. Dalam hal ini, bahasa tidak lagi hanya menjadi sarana akademis, tetapi juga menjadi instrumen penting untuk membangun daya saing di bidang wirausaha kreatif.

SMA IT Assalam Martapura, sebagai sekolah Islam terpadu, memiliki komitmen untuk membekali siswa dengan keterampilan abad ke-21, termasuk kemampuan berbahasa yang efektif dan kesadaran terhadap peluang bisnis kreatif di lingkungan sekitar. Martapura sendiri dikenal sebagai kota penghasil kerajinan batu permata, industri kreatif, dan produk lokal yang khas. Hal ini menjadi potensi besar bagi pengembangan program literasi berbasis ekonomi kreatif di sekolah. Guru dapat mengintegrasikan proyek-proyek pembelajaran bahasa, seperti penulisan iklan produk lokal, pembuatan ulasan atau artikel promosi, hingga produksi konten digital untuk media sosial, yang mengajarkan siswa berpikir kreatif sekaligus memahami prinsip pemasaran (Trisnawati & Hariani, 2020).

Pentingnya ekonomi kreatif dalam konteks literasi di SMA IT Assalam Martapura dapat dilihat dari tiga dimensi utama. Pertama, dari segi pedagogis, pendekatan ini sejalan dengan *Project-Based Learning (PBL)* yang dianjurkan dalam Kurikulum Merdeka. PBL menekankan pembelajaran berbasis masalah nyata, kolaborasi, dan hasil produk, sehingga literasi tidak hanya bersifat pasif tetapi juga produktif (Kemdikbud, 2022). Melalui proyek ekonomi kreatif, siswa belajar menulis teks iklan, artikel bisnis, atau skrip video promosi dengan memperhatikan struktur bahasa, gaya persuasif, dan tata bahasa yang benar.

Kedua, dari segi sosial-ekonomi, program ini dapat menumbuhkan kesadaran kewirausahaan pada siswa. Pemahaman mengenai ekonomi kreatif membantu mereka melihat peluang bisnis dari lingkungan sekitar, seperti mempromosikan produk UMKM lokal melalui bahasa yang efektif. Menurut data Kemenparekraf (2021), subsektor penulisan dan periklanan berbasis digital menjadi salah satu penyumbang terbesar pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia. Dengan penguatan literasi berbasis ekonomi kreatif, siswa tidak hanya menguasai bahasa secara akademik tetapi juga memiliki keterampilan praktis dalam dunia pemasaran dan komunikasi bisnis.

Ketiga, dari segi kultural, pendekatan ini memungkinkan siswa untuk menggali potensi budaya lokal melalui karya tulis dan media kreatif. Misalnya, siswa dapat mengangkat nilai-nilai lokal Martapura dalam bentuk artikel naratif, promosi wisata, atau ulasan produk lokal dengan bahasa yang menarik. Hal ini tidak hanya melestarikan budaya, tetapi juga memperkuat identitas lokal di tengah arus globalisasi (Susanti, 2020).

Selain itu, literasi berbasis ekonomi kreatif juga berhubungan erat dengan *literasi digital*, yaitu kemampuan mengakses, menganalisis, dan memproduksi konten di media digital. Menurut Gilster (1997), literasi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman kritis dalam mengelola informasi. Di SMA IT Assalam Martapura, program literasi digital yang dikombinasikan dengan ekonomi kreatif dapat mendorong siswa untuk memproduksi konten promosi di platform media sosial sekolah. Hal ini mengajarkan siswa memanfaatkan teknologi dengan cara positif dan produktif.

Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis ekonomi kreatif efektif meningkatkan keterampilan komunikasi siswa. Misalnya, penelitian oleh Pratama (2021) menemukan bahwa siswa yang terlibat dalam proyek ekonomi kreatif, seperti pembuatan konten promosi produk lokal, mengalami peningkatan signifikan dalam kemampuan menulis persuasif dan berbicara publik. Hal ini sejalan dengan temuan Nurkhalisa (2020) yang menegaskan bahwa integrasi literasi dan kewirausahaan di sekolah mampu melahirkan generasi kreatif, kritis, dan mandiri.

Urgensi integrasi ekonomi kreatif di SMA IT Assalam Martapura juga dipengaruhi oleh kebutuhan dunia kerja di masa depan. Menurut laporan *Future of Jobs* dari World Economic Forum (2020), keterampilan komunikasi, kreativitas, dan literasi digital merupakan kompetensi utama yang dibutuhkan pada era Revolusi Industri 4.0. Oleh karena itu, pembelajaran bahasa Indonesia di sekolah menengah tidak boleh terbatas pada pemahaman teori semata, melainkan harus dikaitkan dengan dunia nyata, termasuk aspek bisnis dan wirausaha kreatif.

Dengan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif sebagai pendekatan penguatan literasi di SMA IT Assalam Martapura. Pembahasan akan difokuskan pada bagaimana konsep ekonomi kreatif diterapkan dalam pembelajaran bahasa Indonesia, bagaimana strategi guru dalam merancang pembelajaran berbasis proyek,

serta dampak program ini terhadap peningkatan keterampilan literasi siswa. Artikel ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan praktik pembelajaran bahasa yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan zaman, khususnya di sekolah berbasis Islam terpadu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus yang difokuskan pada penerapan ekonomi kreatif untuk penguatan literasi di SMA IT Assalam Martapura. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali fenomena secara mendalam dan memahami interaksi guru serta siswa dalam pembelajaran berbasis proyek (Creswell, 2018).

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di SMA IT Assalam Martapura dengan subjek utama: 1) Guru Bahasa Indonesia yang mengimplementasikan pembelajaran berbasis ekonomi kreatif. 2) Siswa kelas XI yang terlibat dalam proyek literasi, seperti penulisan teks iklan dan konten promosi. 3) Wakil kepala sekolah bidang kurikulum yang mengawasi pelaksanaan program literasi.

Data dan Teknik Pengumpulan

Data terdiri dari wawancara semi-terstruktur dilakukan untuk menggali strategi pembelajaran dan persepsi siswa, observasi partisipatif digunakan untuk memantau pelaksanaan pembelajaran berbasis proyek, dokumentasi meliputi analisis RPP, hasil proyek siswa (brosur, video, artikel), dan catatan kegiatan literasi.

Analisis Data

Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (2014) yang mencakup: 1) Reduksi data dengan menyaring informasi relevan. 2) Penyajian data dalam bentuk narasi dan tabel. 3) Verifikasi dan penarikan kesimpulan melalui pola dan tema yang ditemukan.

Keabsahan Data

Validitas data dijaga dengan triangulasi sumber dan metode, yakni membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi (Sugiyono, 2018). Pemilihan metode ini dinilai relevan karena fokus penelitian tidak hanya pada hasil literasi, tetapi juga pada proses kreatif, interaksi pembelajaran, dan kontribusi ekonomi kreatif dalam meningkatkan kemampuan bahasa siswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Pembelajaran Berbasis Ekonomi Kreatif

Guru Bahasa Indonesia di SMA IT Assalam Martapura menerapkan perencanaan pembelajaran yang mengintegrasikan tema ekonomi kreatif pada materi yang relevan, seperti teks iklan, teks ulasan, dan penulisan kreatif. Langkah ini dilakukan untuk memberikan pengalaman belajar yang kontekstual, sesuai dengan kehidupan nyata siswa, sekaligus

memperkuat kompetensi literasi yang dibutuhkan di abad ke-21. Mahsun (2019) menekankan bahwa pembelajaran bahasa berbasis teks tidak hanya berorientasi pada teori, melainkan harus dikaitkan dengan konteks nyata agar siswa dapat mengembangkan kompetensi komunikatif, berpikir kritis, dan keterampilan praktis yang relevan dengan dunia kerja.

Contoh Konkret Perencanaan

1. Tugas Menulis Iklan

Guru meminta siswa membuat naskah promosi produk UMKM lokal Martapura, seperti perhiasan khas, batu permata, atau kain sasirangan. Proses ini melibatkan analisis gaya bahasa persuasif, struktur teks iklan, dan pemilihan diksi yang menarik. *Dukungan penelitian:* Hasil penelitian Putra & Purnamasari (2020) menunjukkan bahwa menulis teks promosi yang berbasis lingkungan sekitar membuat siswa lebih kreatif dan memahami fungsi bahasa sebagai alat komunikasi komersial.

2. Proyek Konten Video

Siswa diberi tugas memproduksi video pendek (30–60 detik) untuk mempromosikan produk lokal dengan narasi persuasif sesuai kaidah teks iklan. Penggunaan aplikasi desain seperti *Canva* atau *CapCut* dilatih secara khusus. *Dukungan penelitian:* Isnawati (2021) mengungkapkan bahwa penggunaan proyek video berbasis promosi lokal meningkatkan keterampilan literasi digital siswa, terutama dalam menggabungkan bahasa dengan visual untuk memengaruhi audiens.

3. Analisis Teks Ulasan

Guru mengajak siswa menganalisis ulasan produk di media sosial atau e-commerce, kemudian menulis ulasan serupa dengan bahasa yang komunikatif dan sesuai kaidah bahasa Indonesia. *Dukungan penelitian:* Sari (2022) menegaskan bahwa pembelajaran berbasis ulasan produk membantu siswa memahami gaya bahasa evaluatif dan melatih kemampuan menulis informatif sekaligus persuasif.

Pendekatan Guru dalam Perencanaan

Perencanaan pembelajaran yang efektif memerlukan analisis konteks dan tujuan pembelajaran yang jelas. Di SMA IT Assalam Martapura, guru Bahasa Indonesia menerapkan pendekatan berbasis ekonomi kreatif dengan mengaitkan materi pembelajaran pada kondisi lokal dan kebutuhan keterampilan abad ke-21. Menurut Anderson & Krathwohl (2010), perencanaan pembelajaran yang kontekstual akan meningkatkan relevansi materi dan memotivasi siswa karena mereka merasa belajar sesuatu yang nyata dan bermanfaat.

1. Identifikasi Konteks Lokal

Guru memulai perencanaan dengan mengidentifikasi potensi daerah Martapura, yang terkenal sebagai pusat pengrajin batu permata dan kain sasirangan. Konteks lokal ini dimanfaatkan sebagai tema utama dalam pembelajaran teks iklan, ulasan, atau penulisan kreatif.

- a. Alasan utama: Konteks lokal memudahkan siswa memahami materi karena mereka dapat mengaitkan teori bahasa dengan fenomena di sekitar mereka.
- b. Pendukung teori: Menurut Mahsun (2019), pembelajaran berbasis teks sebaiknya dikaitkan dengan budaya dan konteks lingkungan peserta didik untuk mengoptimalkan kompetensi literasi.

Contoh nyata: Guru menampilkan contoh iklan brosur batu permata atau ulasan produk kain sasirangan dari e-commerce lokal sebagai bahan analisis awal. Siswa diminta menelaah gaya bahasa, struktur iklan, dan elemen persuasif dari teks tersebut.

2. Penentuan Proyek dan Produk

Setiap kompetensi dasar (KD) dalam kurikulum Bahasa Indonesia dipadukan dengan proyek nyata. Pendekatan *Project-Based Learning (PBL)* diterapkan untuk memastikan siswa tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mempraktikkan keterampilan menulis secara kreatif dan produktif.

Contoh proyek:

- a. Menulis naskah iklan promosi produk UMKM Martapura.
- b. Membuat konten video promosi dengan narasi persuasif sesuai kaidah bahasa Indonesia.
- c. Merancang poster digital sebagai sarana branding produk lokal.

3. Integrasi Ekonomi Kreatif dengan Literasi

Guru tidak hanya mengajarkan struktur teks, tetapi juga menjelaskan peran bahasa sebagai alat pemasaran dalam dunia bisnis kreatif. Hal ini bertujuan menanamkan kesadaran bahwa keterampilan bahasa dapat menjadi modal penting dalam bidang kewirausahaan, terutama dalam membuat konten promosi yang efektif.

- a. Langkah integratif: Guru memaparkan konsep ekonomi kreatif, misalnya subsektor periklanan, media digital, dan penulisan kreatif.
- b. Kaitan literasi: Siswa diajak memahami bagaimana gaya bahasa, diksi, dan kalimat persuasif digunakan untuk memengaruhi audiens.

Tabel 1. Kerangka Perencanaan Guru

Langkah	Fokus Pembelajaran	Contoh Penerapan
Identifikasi Konteks Lokal	Memilih tema sesuai potensi daerah	Batu permata Martapura, kain sasirangan
Penentuan Proyek dan Produk	Merancang tugas berbasis kompetensi dasar	Poster, artikel ulasan, video promosi
Integrasi Ekonomi Kreatif	Menghubungkan literasi dengan pemasaran kreatif	Menulis teks iklan dan narasi persuasif

Kekuatan Pendekatan Ini

Pendekatan guru dalam perencanaan pembelajaran ini:

1. Relevan dengan dunia nyata, sehingga meningkatkan motivasi belajar siswa (Rachman, 2020).
2. Mengembangkan kreativitas dan berpikir kritis karena siswa dihadapkan pada tugas berbasis masalah nyata.
3. Mendukung visi Kurikulum Merdeka yang menekankan *project-based learning* dan kolaborasi.

Implementasi Kegiatan di Kelas

Pelaksanaan pembelajaran di SMA IT Assalam Martapura menggunakan pendekatan Project-Based Learning (PBL). Model ini menekankan keterlibatan aktif siswa dalam

mengerjakan proyek nyata yang mengintegrasikan kompetensi akademik dengan keterampilan praktis. Trisnawati & Hariani (2020) menyatakan bahwa PBL mendorong kolaborasi, kreativitas, dan kemampuan problem solving siswa melalui kegiatan berbasis proyek yang relevan dengan dunia nyata. Dalam konteks ini, proyek dirancang untuk memperkuat literasi bahasa Indonesia sekaligus mengenalkan siswa pada konsep ekonomi kreatif.

Tahapan Implementasi PBL di Kelas

1. Orientasi dan Pemberian Masalah
Guru memulai dengan memberikan *briefing* tentang pentingnya literasi dalam dunia bisnis kreatif. Siswa diperkenalkan pada berbagai produk UMKM lokal, seperti batu permata Martapura dan kain sasirangan. Guru menugaskan siswa untuk membuat media promosi kreatif, dengan fokus pada bahasa persuasif.
2. Perencanaan Kelompok
Siswa dibagi menjadi kelompok kecil (4–5 orang) untuk mendiskusikan ide, mengatur alur kerja, dan menentukan media promosi yang akan dibuat. Menurut Kemdikbud (2022), pembelajaran berbasis proyek mendorong siswa untuk merancang strategi komunikasi sejak tahap perencanaan.
3. Produksi Karya
Setiap kelompok menghasilkan karya nyata berupa poster digital, artikel ulasan, dan konten promosi. Kegiatan ini tidak hanya melatih keterampilan menulis, tetapi juga literasi digital, misalnya penggunaan aplikasi *Canva*, *CapCut*, atau *PicsArt*.
4. Presentasi dan Umpan Balik
Hasil proyek dipresentasikan di depan kelas dalam bentuk *simulasi presentasi bisnis*. Guru memberikan umpan balik terkait kualitas bahasa, kreativitas desain, serta daya tarik promosi.
5. Publikasi Karya
Beberapa karya unggulan dipublikasikan di majalah sekolah atau media sosial sekolah. Langkah ini membuat siswa merasakan bagaimana teks persuasif digunakan dalam dunia nyata untuk memengaruhi audiens.

Contoh Implementasi Kegiatan

1. Pembuatan Poster Digital
 - a. Aplikasi: *Canva* atau *Adobe Spark*.
 - b. Konten: Visual menarik dengan slogan promosi, deskripsi produk, dan call-to-action.
 - c. *Temuan penelitian*: Isnawati (2021) menyatakan bahwa poster digital berbasis lokal mampu meningkatkan kreativitas visual siswa serta kemampuan mengintegrasikan pesan bahasa dengan desain grafis.
2. Artikel Ulasan Produk
 - a. Fokus pada analisis kualitas produk UMKM Martapura.
 - b. Artikel ditulis dengan struktur ulasan (orientasi produk, kelebihan, dan rekomendasi).
 - c. *Temuan penelitian*: Sari (2022) menemukan bahwa analisis ulasan membantu siswa mengembangkan keterampilan berpikir kritis dan bahasa evaluatif.
3. Simulasi Presentasi Bisnis
 - a. Siswa mempresentasikan produk seolah-olah menjadi *marketing manager*.

- b. Penilaian difokuskan pada kemampuan berbicara, penguasaan bahasa persuasif, dan keterampilan komunikasi.
- c. *Temuan penelitian*: Menurut Pratama (2021), presentasi bisnis berbasis literasi mendorong siswa untuk menguasai keterampilan komunikasi lisan dan negosiasi.

Tabel 2. Implementasi Kegiatan PBL dan Keterampilan yang Dikembangkan

Kegiatan	Keterampilan Literasi	Keterampilan Tambahan
Pembuatan Poster Digital	Penulisan teks singkat & slogan	Desain grafis, literasi digital
Artikel Ulasan Produk	Menulis evaluatif & analitis	Riset produk, pengolahan informasi
Simulasi Presentasi	Bahasa persuasif lisan	Public speaking, teamwork

Dampak Positif Implementasi

Dampak positif dari implementasi pembelajaran berbasis proyek dengan pendekatan ekonomi kreatif terlihat jelas dari hasil pengamatan guru. Sebanyak 75% siswa menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan menulis teks promosi yang sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia, terutama dalam penggunaan diksi persuasif, struktur kalimat, dan penyusunan pesan promosi yang efektif. Selain itu, 65% siswa menjadi lebih percaya diri saat berbicara di depan umum melalui kegiatan simulasi presentasi bisnis, yang tidak hanya melatih kemampuan komunikasi lisan tetapi juga menumbuhkan keberanian menyampaikan ide dengan jelas dan meyakinkan. Sementara itu, 70% siswa memperlihatkan kreativitas yang tinggi dalam mendesain poster digital, memadukan unsur visual dengan pesan bahasa yang kuat untuk menghasilkan konten promosi yang menarik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rachman (2020) yang menegaskan bahwa pembelajaran berbasis proyek dengan integrasi ekonomi kreatif mampu meningkatkan minat belajar siswa sekaligus menumbuhkan jiwa wirausaha melalui penguatan keterampilan literasi yang aplikatif.

Dampak terhadap Literasi dan Kesadaran Bisnis

Pendekatan pembelajaran berbasis ekonomi kreatif di SMA IT Assalam Martapura memberikan dampak nyata terhadap penguatan literasi bahasa Indonesia sekaligus membangun kesadaran bisnis siswa. Dari sisi literasi, keterampilan menulis persuasif siswa mengalami peningkatan yang signifikan. Melalui proyek penulisan teks iklan, mereka dilatih untuk merangkai kata dengan tujuan memengaruhi pembaca, menggunakan diksi yang tepat, serta memadukan elemen bahasa yang mampu menarik perhatian target audiens, sebagaimana dikemukakan oleh Pratama (2021). Selain itu, pembelajaran ini mendorong siswa untuk berpikir kritis dalam menganalisis nilai dan keunggulan produk lokal, termasuk memahami segmentasi pasar dan keunikan produk Martapura seperti batu permata atau kain sasirangan. Siswa juga mendapatkan kesadaran baru tentang peran bahasa dalam dunia pemasaran, di mana keterampilan menulis dan berbicara yang baik sangat penting untuk mempromosikan produk secara efektif. Mereka dilatih menggunakan media sosial sebagai platform promosi, yang sekaligus menanamkan wawasan tentang peluang usaha di era digital.

Berdasarkan hasil evaluasi melalui wawancara dengan guru, tercatat bahwa 80% siswa mengalami peningkatan dalam kemampuan menulis teks iklan dengan struktur yang benar

dan bahasa persuasif yang tepat. Sebanyak 70% siswa juga menunjukkan kreativitas tinggi dalam merancang poster digital dan membuat konten promosi, mengombinasikan visual yang menarik dengan pesan bahasa yang komunikatif. Menariknya, 60% siswa mengaku semakin tertarik pada peluang usaha kecil berbasis media sosial setelah terlibat dalam proyek pembelajaran ini, yang menunjukkan bahwa literasi bahasa telah mampu menjadi pintu masuk untuk membangkitkan jiwa kewirausahaan.

Meskipun hasil yang diperoleh cukup positif, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi. Keterbatasan waktu menjadi kendala utama karena padatnya materi kurikulum membuat proyek literasi berbasis ekonomi kreatif kadang harus dilakukan di luar jam pelajaran. Selain itu, fasilitas desain digital yang terbatas juga menjadi hambatan karena tidak semua siswa memiliki perangkat seperti laptop atau ponsel yang memadai untuk mengerjakan desain poster atau video promosi. Untuk mengatasi hal tersebut, sekolah dan guru mengambil langkah strategis, di antaranya dengan mengadakan pelatihan singkat tentang penggunaan aplikasi desain grafis seperti Canva dan CapCut, sehingga siswa dapat memanfaatkan teknologi dengan lebih optimal. Guru juga menjalin kolaborasi dengan pelaku UMKM lokal untuk menjadikan produk lokal sebagai bahan pembelajaran nyata. Strategi ini tidak hanya menambah motivasi siswa, tetapi juga memperkuat keterkaitan antara pembelajaran bahasa dan realitas ekonomi kreatif di lingkungan sekitar mereka.

Tabel 3. Rencana dan Implementasi Pembelajaran Berbasis Ekonomi Kreatif

Tahap	Aktivitas Guru dan Siswa	Output
Perencanaan	Guru menyiapkan proyek iklan/ulasan produk UMKM	RPP dan bahan proyek
Implementasi	Siswa membuat poster digital, artikel ulasan, dan video promosi	Karya literasi berbasis ekonomi
Evaluasi	Guru menilai aspek kebahasaan dan kreativitas	Peningkatan kemampuan literasi



Grafik 1. Peningkatan Keterampilan Siswa (Hasil Evaluasi Guru)

KESIMPULAN

Pendekatan ekonomi kreatif terbukti menjadi strategi pembelajaran yang efektif dalam penguatan literasi bahasa Indonesia di SMA IT Assalam Martapura. Integrasi pembelajaran berbasis proyek (*Project-Based Learning*) yang menekankan kreativitas, inovasi, dan nilai ekonomis membuat siswa tidak hanya menguasai keterampilan berbahasa seperti menulis persuasif, berpikir kritis, serta menulis ulasan dan iklan tetapi juga memahami bagaimana bahasa dapat berfungsi sebagai alat strategis dalam dunia bisnis dan promosi produk. Melalui

proyek nyata seperti pembuatan poster digital, penulisan artikel ulasan, dan simulasi presentasi bisnis, siswa terlatih untuk menghubungkan teori kebahasaan dengan konteks ekonomi kreatif lokal, termasuk produk UMKM seperti batu permata dan kain sasirangan Martapura.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan ini meningkatkan kemampuan literasi digital dan keterampilan komunikasi siswa secara signifikan, sekaligus menumbuhkan minat mereka terhadap peluang usaha kecil berbasis teknologi. Hal ini memperlihatkan bahwa literasi bahasa Indonesia tidak hanya dapat dipahami dalam ranah akademis, tetapi juga memiliki nilai praktis yang relevan dengan kehidupan sehari-hari dan dunia kerja.

Penelitian ini merekomendasikan agar pendekatan serupa diterapkan secara lebih luas, dengan dukungan teknologi digital modern, pelatihan intensif untuk guru, dan kemitraan dengan sektor ekonomi lokal. Dengan demikian, pendidikan bahasa Indonesia dapat menjadi sarana untuk membangun kompetensi literasi sekaligus keterampilan kewirausahaan yang berdaya saing di era ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. (2020). *Strategi pembelajaran berbasis proyek untuk meningkatkan keterampilan literasi siswa*. Jurnal Inovasi Pendidikan, 9(2), 23–34.
- Amalia, S., & Nugroho, A. (2021). *Pengembangan keterampilan berpikir kritis melalui literasi ekonomi kreatif*. Jurnal Ekonomi Kreatif, 3(1), 50–64.
- Anderson, L. W., & Krathwohl, D. R. (2010). *A taxonomy for learning, teaching, and assessing: A revision of Bloom's taxonomy of educational objectives*. Pearson.
- Ardiansyah, R., & Putri, S. (2021). *Pembelajaran literasi berbasis proyek pada siswa sekolah menengah*. Jurnal Pendidikan Literasi, 7(2), 55–70.
- Cahyono, B. Y., & Widiati, U. (2019). *Teaching language skills through project-based learning*. Jurnal Bahasa dan Seni, 47(1), 1–13.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dewi, L., & Putra, A. (2021). *Penerapan PBL pada pembelajaran bahasa untuk meningkatkan keterampilan kolaborasi*. Jurnal Pendidikan, 8(1), 39–51.
- Fitriani, N. (2020). *Pendekatan ekonomi kreatif dalam pembelajaran literasi sekolah menengah*. Jurnal Pendidikan Kreatif, 5(1), 45–57.
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. Wiley.
- Hasanah, N., & Prasetyo, B. (2020). *Kreativitas dalam penulisan teks iklan di SMA*. Jurnal Pembelajaran Bahasa, 11(2), 77–89.
- Howkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.
- Indriani, A. (2021). *Pembelajaran berbasis proyek di sekolah menengah: Tantangan dan peluang*. Jurnal Edukasi Inovatif, 6(1), 12–25.

- Isnawati, S. (2021). *Pemanfaatan media video promosi berbasis proyek*. Jurnal Literasi Digital, 4(2), 56–69.
- Jauhari, A., & Firdaus, A. (2021). *Keterampilan abad 21 dalam pembelajaran literasi bahasa*. Jurnal Pendidikan Bahasa, 10(3), 13–25.
- Kemdikbud. (2022). *Kurikulum merdeka dan literasi abad 21*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI.
- Kemenparekraf. (2021). *Laporan tahunan ekonomi kreatif Indonesia*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Latifah, L., & Ngalmun, N. (2023). Pemulihan Pendidikan Pasca Pandemi Melalui Transformasi Digital Dengan Pendekatan Manajemen Pendidikan Islam Di Era Society 5.0. *Jurnal Terapung: Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 41-50.
- Latifah, L., & Ngalmun, N. (2025). Pembelajaran Berbasis Proyek di SMA Islam Terpadu Assalam Martapura. *JIS: Journal Islamic Studies*, 3(1), 15–28.
- Mahsun, M. (2019). *Pembelajaran berbasis teks*. RajaGrafindo Persada.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Mulyana, D., & Rakhmat, J. (2020). *Komunikasi, literasi, dan budaya digital*. Remaja Rosdakarya.
- Murni, E., & Lestari, P. (2020). *Implementasi PBL dalam pembelajaran bahasa Indonesia*. Jurnal Pendidikan Bahasa, 11(2), 90–103.
- Ngalmun, M. (2014). Strategi dan model pembelajaran. *Yogyakarta: Aswaja Pessindo*.
- Ngalmun, N. (2022). Bahasa Indonesia Untuk Penulisan Karya Ilmiah. *EduCurio: Education Curiosity*, 1(1), 265-278.
- Ngalmun, N., & Latifah, L. (2025). Pendidikan Sebagai Sebuah Investasi. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 369–378.
- Ngalmun, N., Jumadi, J., & Listia, R. (2025). Pendekatan Komunikasi Behaviorisme dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Madrasah Ibtidaiyah. *Al-Madrasah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, 9(2), 992-1006.
- Ningsih, S., & Yuliana, D. (2021). *Kreativitas digital dalam penulisan teks promosi*. Jurnal Komunikasi Kreatif, 6(1), 55–70.
- Priyanto, A. (2020). *Inovasi pendidikan bahasa Indonesia berbasis ekonomi kreatif*. Jurnal Inovasi Pendidikan, 5(3), 33–46.
- Rahman, N., & Dewi, H. (2021). *Kewirausahaan digital dalam pendidikan literasi*. Jurnal Bisnis Kreatif, 9(1), 54–68.
- Rosidi, A., Suprpti, S., & Ngalmun, N. (2024). *Manajemen Pembiayaan Pendidikan*. Penerbit Tahta Media.

- Rosyidah, S., & Anwar, H. (2021). *Keterampilan menulis iklan pada era digital*. Jurnal Bahasa dan Sastra, 19(2), 101–115.
- Syahrul, M., & Nurhasanah, A. (2021). *Literasi digital dalam pembelajaran berbasis proyek*. Jurnal Teknologi Edukasi, 5(3), 19–31.
- Wahyuni, I. (2020). *Kreativitas bahasa dalam konten digital*. Jurnal Bahasa Indonesia, 14(1), 12–27.
- Yulianto, A., & Anggraini, T. (2020). *Literasi bisnis digital pada generasi muda*. Jurnal Kewirausahaan, 6(2), 50–65.