

HUBUNGAN MINAT MEMBACA SISWA DENGAN KEMAMPUAN MEMBACA KRITIS TEKS IKLAN PADA KELAS VIII DI MTS MIFTAH ASSA'ADAH

Syafira Ayundya Early¹, Arip Senjaya², Agus Iryana³

^{1,2,3} Pendidikan Bahasa Indonesia FKIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
syafiraeearly@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to describe students' reading interest, describe their critical reading skills regarding advertisement texts, and analyze the relationship between reading interest and critical reading skills among eighth-grade students at MTs Miftah Assa'adah. The study employs a quantitative approach using a survey method and a correlational design. The participants consisted of 35 eighth-grade students from MTs Miftah Assa'adah, selected through random sampling. Data were collected using a reading interest questionnaire comprising 24 items covering four aspects: reading attention, enjoyment, reading time, and the number of books read. Critical reading skills were measured using a test based on advertisement texts, covering the aspects of interpretation, analysis, evaluation, inference, explanation, and self-regulation. Data were analyzed using descriptive statistics and the Pearson product-moment correlation test. The results indicate that the students' reading interest falls into the moderate category with a mean score of 96.05, while their critical reading skills fall into the good category with a mean score of 86.65. The Pearson correlation test reveals a positive and significant relationship between reading interest and critical reading skills, with a correlation coefficient of 0.707 and a p-value of < 0.001. The coefficient of determination (0.500) indicates that 50.0% of the variation in critical reading skills is associated with reading interest.

Keywords: *Reading Interest, Critical Reading, Advertisement Texts*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan minat baca siswa, mendeskripsikan kemampuan membaca kritis mereka terhadap teks iklan, serta menganalisis hubungan antara minat baca dan kemampuan membaca kritis pada siswa kelas VIII di MTs Miftah Assa'adah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan desain korelasional. Partisipan penelitian adalah 35 siswa kelas VIII MTs Miftah Assa'adah yang dipilih melalui teknik pengambilan sampel acak. Data dikumpulkan dengan kuesioner minat baca yang berisi 24 butir pernyataan yang mencakup empat aspek yaitu atensi membaca, kesenangan, waktu membaca, dan jumlah buku yang dibaca. Kemampuan membaca kritis diukur menggunakan tes berbasis teks iklan yang mencakup aspek interpretasi, analisis, evaluasi, inferensi, penjelasan, dan regulasi diri. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan uji korelasi product-moment Pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat baca siswa berada pada kategori sedang dengan skor

rata-rata 96,05, sedangkan kemampuan membaca kritis mereka berada pada kategori baik dengan skor rata-rata 86,65. Uji korelasi Pearson menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara minat baca dan kemampuan membaca kritis, dengan koefisien korelasi sebesar 0,707 dan nilai $p < 0,001$. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,500 menunjukkan bahwa 50,0% variasi dalam kemampuan membaca kritis berkaitan dengan minat baca.

Kata Kunci: Minat Membaca, Membaca Kritis, Teks Iklan

A. Pendahuluan

Salah satu keterampilan yang perlu dikembangkan dalam pembelajaran bahasa Indonesia adalah membaca kritis. Keterampilan ini tidak hanya sekedar memahami informasi tertulis tetapi juga menuntut pembaca untuk mengevaluasi informasi tersebut, memahami maksud penulis, serta menilai keakuratan dan kelogisan pesan yang mereka terima.

Dalam Kurikulum Merdeka, keterampilan membaca memegang peranan penting dalam pengembangan kompetensi bahasa siswa. Kebutuhan ini semakin terlihat jelas ketika siswa dihadapkan pada beragam informasi yang disajikan melalui media cetak maupun digital.

Keterampilan membaca kritis semakin penting ketika dikaitkan dengan teks iklan. Iklan menggunakan bahasa yang persuasif untuk menarik perhatian, membangun kepercayaan, dan mendorong audiens untuk melakukan tindakan tertentu.

Widhayani (2020:9) mengatakan bahwa iklan merupakan alat promosi untuk menyampaikan pesan mengenai suatu produk, jasa, gagasan, atau program.

Dengan karakter iklan seperti itu, siswa perlu memiliki kemampuan untuk tidak langsung menerima pesan begitu saja tetapi perlu mempertanyakan sumber, bukti, tujuan pembuatan serta dampak apa yang akan didapat jika menerima pesan tersebut secara mentah-mentah.

Minat membaca siswa menjadi salah satu faktor menarik untuk dikaji karena terdapat kaitan dengan kemampuan tersebut. Siswa yang tertarik dengan kegiatan membaca akan lebih sering berinteraksi dengan beragam jenis bahan bacaan. Interaksi yang lebih sering dapat memberikan kesempatan kepada para siswa untuk memperluas kosakata mereka, memperoleh pengetahuan awal, dan melatih

kemampuan memahami informasi secara lebih mendalam. Herlinyanto (2015) memandang minat membaca sebagai ketekunan yang disertai upaya membaca yang didorong oleh motivasi diri. Ama (2025) menggambarkan minat membaca berdasarkan tingkat perhatian saat membaca, kecintaan terhadap membaca, waktu yang dihabiskan untuk membaca, dan jumlah buku yang dibaca.

Pengamatan awal di MTs Miftah Assa'adah menunjukkan bahwa sekolah tersebut telah menyelenggarakan kegiatan literasi rutin setiap hari Senin dan menyediakan bahan bacaan melalui perpustakaan. Namun, kegiatan literasi rutin ini belum secara langsung menunjukkan sejauh mana minat siswa terhadap membaca, maupun apakah minat tersebut terkait dengan kemampuan mereka untuk membaca teks iklan secara kritis. Terkait teks iklan, beberapa siswa juga masih mengalami kesulitan ketika dihadapkan pada pertanyaan yang mengharuskan mereka mengevaluasi klaim dan tujuan pesan tersebut, bukan sekadar mengidentifikasi unsur-unsur iklan.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya hubungan antara minat membaca dan kemampuan membaca siswa. Sari dkk. (2020), menemukan bahwa minat membaca memengaruhi hasil belajar dalam bahasa Indonesia. Romaito dkk. (2024) juga menemukan hubungan yang signifikan antara minat membaca dan keterampilan membaca kritis di kalangan siswa kelas VIII. Usman dan Hasanah (2022) meneliti kemampuan membaca kritis teks advertorial di kalangan siswa kelas VIII. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengaitkan minat membaca dengan keterampilan membaca kritis pada teks iklan di tingkat MTs masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menggunakan teks iklan sebagai objek pengukuran keterampilan membaca kritis. Berdasarkan hal tersebut di atas, penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan tingkat minat membaca di kalangan siswa kelas VIII di MTs Miftah Assa'adah, (2) mendeskripsikan keterampilan membaca kritis siswa terkait teks iklan, dan (3) menganalisis hubungan antara minat membaca dan keterampilan membaca kritis terkait

teks iklan. Diharapkan temuan penelitian ini dapat menjadi landasan bagi pengembangan pembelajaran membaca yang tidak hanya berorientasi pada pemahaman isi, tetapi juga pada kemampuan untuk mengevaluasi dan menanggapi pesan secara kritis.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan desain korelasi. Metode ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data numerik dan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua variabel, yaitu minat membaca sebagai variabel bebas (X) dan kemampuan membaca teks iklan secara kritis sebagai variabel terikat (Y). Penelitian ini dilaksanakan di MTs Miftah Assa'adah pada tahun ajaran 2026/2027. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Agustus hingga September 2026.

Populasi penelitian terdiri dari siswa kelas VIII di MTs Miftah Assa'adah. Sampel penelitian terdiri dari 35 siswa dari Kelas VIII A. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Sampling*. Sebelum pengumpulan

data utama, instrumen penelitian diuji coba pada 35 siswa dari kelas luar sampel untuk menentukan butir-butir mana yang layak digunakan.

Data mengenai minat membaca dikumpulkan melalui kuesioner. Instrumen minat membaca dirancang berdasarkan empat aspek yang diidentifikasi oleh Ama (2025), yaitu perhatian saat membaca, kesenangan dalam membaca, waktu yang dihabiskan untuk membaca, dan jumlah buku yang dibaca. Kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data utama terdiri dari 24 butir dengan skala 1–5. Data mengenai keterampilan membaca kritis diperoleh melalui tes yang didasarkan pada teks-teks iklan. Keterampilan ini dinilai berdasarkan enam aspek yaitu interpretasi, analisis, evaluasi, inferensi, penjelasan, dan pengaturan diri, yang mengacu pada tahapan berpikir kritis menurut Facione (dalam Cahyato, 2016).

Kualitas instrumen dinilai melalui uji validitas dan reliabilitas. Instrumen yang memenuhi kriteria digunakan untuk pengumpulan data. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menentukan nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan simpangan

baku. Sebelum uji korelasi dilakukan, data diuji normalitas dan linearitasnya. Hubungan antara kedua variabel dianalisis menggunakan korelasi product-moment Pearson dengan tingkat signifikansi 0,05. Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan tersebut, sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk menentukan proporsi variasi kemampuan membaca kritis yang dapat dikaitkan dengan minat membaca.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 35 siswa kelas VIII MTs Miftah Assa'adah melalui kuesioner untuk minat membaca dan tes kemampuan membaca kritis teks iklan. Hasil pengolahan data menunjukkan Gambaran sebagai berikut.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Varia bel	N	Minu mum	Maksi mun	me an	Std. Devi asi
X	35	77	112	96,05	8,961
Y	35	58	100	86,65	9,967

Berdasarkan Tabel 1, skor minat membaca siswa berkisar antara 77

hingga 112, dengan rata-rata 96,05. Jika dibandingkan dengan skor maksimum teoretis sebesar 120, hasil ini menunjukkan kecenderungan yang cukup positif dalam minat membaca, meskipun hal ini belum konsisten di antara seluruh siswa. Berdasarkan kategorisasi yang digunakan dalam penelitian ini, 21 siswa (60%) termasuk dalam kategori sedang, 6 siswa (17%) dalam kategori tinggi, dan 8 siswa (23%) dalam kategori rendah.

Kemampuan membaca kritis terkait teks iklan berkisar antara 58 hingga 100, dengan rata-rata 86,65. Sebanyak 9 siswa (26%) berada dalam kategori sangat baik, 19 siswa (54%) berada dalam kategori baik, dan 7 siswa (20%) berada dalam kategori cukup. Dalam hal membaca kritis, penilaian tersebut menunjukkan tingkat pencapaian yang relatif tertinggi, sedangkan pengaturan diri merupakan aspek dengan skor yang relatif terendah. Temuan ini menunjukkan bahwa siswa relatif mampu mengevaluasi klaim dan kelogisan pesan iklan, namun masih memerlukan pengembangan lebih lanjut dalam hal membentuk sikap pribadi atau mengambil keputusan setelah membaca pesan persuasif.

Hasil uji awal menunjukkan bahwa data tersebut sesuai untuk dianalisis menggunakan korelasi Pearson. Nilai signifikansi dari uji normalitas Shapiro-Wilk adalah 0,064 untuk minat membaca dan 0,072 untuk keterampilan membaca kritis, keduanya lebih besar dari 0,05. Uji linearitas menghasilkan nilai 'Penyimpangan dari Linearitas' sebesar 0,418, yang juga lebih besar dari 0,05. Hasil uji homogenitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,724, yang berarti data dianggap homogen.

Tabel 2. Hasil korelasi product-moment

Variabel	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Minat Membaca			
–		<	Positif
Kemampuan Membaca Kritis	0,707	0,001	dan signifikan

Hasil korelasi Pearson menunjukkan nilai $r = 0,707$ dengan $p < 0,001$. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara minat membaca dan kemampuan

membaca teks iklan secara kritis. Dengan demikian, semakin tinggi minat membaca siswa, semakin tinggi pula kemampuan membaca kritis mereka, sebagaimana ditunjukkan oleh data penelitian.

Analisis regresi sederhana menghasilkan persamaan $Y = 10,613 + 0,789X$. Koefisien positif menunjukkan bahwa peningkatan skor minat membaca berkaitan dengan peningkatan skor kemampuan membaca kritis. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t yang dihitung sebesar $5,741 >$ nilai t kritis sebesar 1,690. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dapat diterima.

Tabel 3. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0.707	0.500	0.484

Nilai R Square sebesar 0,500 menunjukkan bahwa 50,0% variasi skor kemampuan membaca kritis berkaitan dengan variasi skor minat membaca. Sementara 50,0% variasi lainnya berada di luar model penelitian seperti, penguasaan kosakata,

pengetahuan awal, strategi pembelajaran, dukungan guru dan keluarga, pengalaman belajar, serta lingkungan literasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat membaca siswa kelas VIII cenderung berada pada kategori sedang. Mean 96,05 memperlihatkan bahwa siswa pada umumnya memberikan respons positif terhadap kegiatan membaca, tetapi tingkat tersebut belum merata. Kondisi ini dapat dipahami dari adanya perbedaan perhatian, kesukaan, waktu yang disediakan untuk membaca, dan kepemilikan bahan bacaan. Temuan tersebut sejalan dengan konsep Ama (2025) yang melihat minat membaca melalui empat aspek tersebut. Kegiatan literasi rutin dan ketersediaan bahan bacaan di sekolah dapat menjadi lingkungan yang mendukung interaksi siswa dengan bacaan, tetapi penelitian ini tidak dirancang untuk menguji pengaruh program literasi sehingga keberadaan program tersebut tidak dapat dianggap sebagai penyebab langsung tingkat minat membaca siswa.

Pada variabel kemampuan membaca kritis, hasil penelitian

menunjukkan kategori baik dengan mean 86,06. Sebagian besar siswa, yaitu 54%, berada pada kategori baik. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa siswa sudah cukup mampu memahami dan menilai pesan yang terdapat dalam iklan. Capaian evaluasi yang relatif tinggi menunjukkan bahwa siswa telah memiliki kemampuan untuk mempertimbangkan kewajaran klaim dan pesan iklan. Temuan ini sesuai dengan pandangan Sultan (2018) bahwa membaca kritis menuntut pembaca memahami informasi secara mendalam, termasuk maksud yang tidak selalu dinyatakan secara langsung. Dalam teks iklan, kemampuan tersebut penting karena pesan disusun untuk memengaruhi pembaca.

Di sisi lain, aspek pengaturan diri memperoleh capaian relatif paling rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan membaca kritis belum sepenuhnya berakhir pada proses memahami dan menilai teks. Siswa masih perlu dibiasakan untuk menghubungkan informasi yang dibaca dengan keputusan pribadi. Dalam pembelajaran teks iklan, kegiatan dapat diarahkan pada

pertanyaan seperti apa alasan menerima atau menolak ajakan iklan, bukti apa yang perlu diperiksa, dan apa yang harus dipertimbangkan sebelum mengambil keputusan. Dengan cara tersebut, kegiatan membaca tidak hanya menghasilkan pemahaman terhadap isi teks, tetapi juga membangun kebiasaan berpikir reflektif.

Hubungan positif dengan nilai $r = 0,707$ menjadi temuan utama penelitian ini. Nilai tersebut menunjukkan bahwa siswa yang memiliki minat membaca lebih tinggi cenderung menunjukkan kemampuan membaca kritis yang lebih tinggi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Romaito et al. (2024) yang menemukan hubungan signifikan antara minat membaca dan kemampuan membaca kritis pada siswa kelas VIII. Hasil tersebut juga mendukung pandangan bahwa kebiasaan berinteraksi dengan bacaan memberi kesempatan kepada siswa untuk mengembangkan pengalaman memahami informasi, mengenali struktur bahasa, dan mengolah berbagai informasi.

Hubungan tersebut dapat dijelaskan secara substantif melalui karakter teks iklan. Siswa yang

terbiasa membaca memiliki peluang lebih besar untuk menemukan beragam bentuk penyampaian pesan dan mengenali perbedaan antara informasi, pendapat, serta bujukan. Ketika berhadapan dengan iklan, pengalaman membaca tersebut dapat membantu siswa mengenali tujuan persuasif, menilai klaim, mencari bukti pendukung, dan mempertimbangkan dampak pesan. Dengan demikian, minat membaca tidak hanya berkaitan dengan seberapa sering siswa membaca, tetapi juga dengan kesempatan mereka untuk membangun pengalaman literasi yang dapat digunakan ketika berhadapan dengan teks persuasif.

Nilai R Square sebesar 0,500 memperlihatkan bahwa hubungan antara kedua variabel cukup berarti dalam data penelitian, tetapi tidak dapat dimaknai sebagai hubungan sebab-akibat secara mutlak. Sebesar 50,0% variasi kemampuan membaca kritis berada di luar model. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan membaca kritis kemungkinan juga berkaitan dengan faktor lain, misalnya penguasaan kosakata, pengetahuan awal, strategi pembelajaran, dukungan guru dan keluarga, serta

lingkungan literasi. Karena penelitian menggunakan desain korelasional, kesimpulan penelitian dibatasi pada adanya hubungan positif dan signifikan pada sampel yang diteliti.

Temuan penelitian memberikan implikasi bagi pembelajaran bahasa Indonesia. Kegiatan literasi dapat diarahkan bukan hanya untuk menambah frekuensi membaca, tetapi juga untuk melatih siswa melakukan interpretasi, analisis, evaluasi, inferensi, penjelasan, dan pengaturan diri. Teks iklan dapat dimanfaatkan karena dekat dengan kehidupan siswa dan mengandung pesan persuasif yang menuntut pembaca bersikap selektif. Guru dapat memberikan pertanyaan yang meminta siswa menunjukkan bukti, menilai kewajaran klaim, mengidentifikasi tujuan iklan, serta menjelaskan alasan menerima atau menolak ajakan yang disampaikan.

D. Kesimpulan

Minat membaca siswa kelas VIII di MTs Miftah Assa'adah termasuk dalam kategori sedang, dengan skor rata-rata 96,05. Sebanyak 21 siswa (60%) termasuk dalam kategori sedang, 6 siswa (17%) dalam kategori

tinggi, dan 8 siswa (23%) dalam kategori rendah. Kesimpulan akhir yang diperoleh dalam penelitian dan saran perbaikan yang dianggap perlu ataupun penelitian lanjutan yang relevan.

Kemampuan membaca teks iklan secara kritis diklasifikasikan sebagai baik, dengan skor rata-rata 86,65. Sebanyak 9 siswa (26%) diklasifikasikan sebagai sangat baik, 19 siswa (54%) sebagai baik, dan 7 siswa (20%) sebagai cukup. Aspek evaluasi menunjukkan tingkat pencapaian yang relatif tertinggi, sedangkan pengaturan diri merupakan aspek dengan tingkat pencapaian yang relatif terendah.

Terdapat hubungan positif dan signifikan antara minat membaca dan kemampuan membaca teks iklan secara kritis. Koefisien korelasi Pearson sebesar 0,707 dengan $p < 0,001$ menunjukkan hubungan yang cukup kuat dan positif. Nilai R-kuadrat sebesar 0,500 menunjukkan bahwa 50,0% variasi dalam kemampuan membaca kritis dapat dikaitkan dengan variasi dalam minat membaca, sedangkan 50,0 % sisanya dapat dikaitkan dengan faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ama, R, G. (2025). *Membangun Minat Baca Pada Siswa Sekolah Dasar*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Cahyanto, Z. D., Basuki, I. A., & Martutik, M. (2016). Pengembangan instrumen asesmen membaca kritis untuk siswa SMA/SMK kelas X dan XI. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 1(5), 780-784.
- Herlinyanto. (2015). *Membaca Pemahaman dengan Strategi KWL: Pemahaman dan Minat Membaca*. Yogyakarta: Deepublish.
- Romaito, ERR, Siregar, RK, & Ramadhani, YR. (2024). Hubungan antara Minat Membaca Siswa dan Keterampilan Membaca Kritis di Kalangan Siswa Kelas Delapan di SMP Negeri 5 Padangsidempuan. *Jurnal ETANIC Pengajaran Bahasa Inggris dan Linguistik Terapan*, 2 (2), 80–89.
- Sari, M. Z., Gunawan, A., Fitriyani, Y., & Hilaliyah, N. (2020). Pengaruh minat baca siswa terhadap hasil belajar pada pelajaran bahasa Indonesia di SD Negeri 1 Ciporang. *DWIJA CENDEKIA: Jurnal Riset Pedagogik*, 4(2), 197-205.
- Sultan. (2018). *Membaca Kritis Mengungkap Ideologi Teks Dengan Pendekatan Literasi Kritis*. Yogyakarta: Baskara Media.
- Usman, U., & Hasanah, U. (2022). Kemampuan Membaca Kritis Teks Advertorial Siswa Kelas VIII SMP Negeri 1 Sibulue Kabupaten Bone. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 8(1), 101-111.
- Widhayani, Arrie. (2020). *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan, dan Poster*. Sukoharjo: Yayasan Hidayatul Muhtadi'in (HM Publisher)