KEMAMPUAN MENULIS IKLAN SISWA KELAS VIII SMP NEGERI 2 KULISUSU

OLEH

Daslan¹, Haerun Ana², dan Harmin³

¹Alumni Jurusan Pend. Bahasa dan Sastra Indonesia, ^{2,3}Dosen Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Halu Oleo

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kemampuan menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu. Jenis penelitian ini tergolong penelitian deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah 62 siswa. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah tes menulis. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dari 68 responden siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu, secara individual 56 siswa atau 82,35% masuk kategori mampu. Dan 12 siswa atau 17,76% masuk kategori belum mampu dalam menulis iklan. Secara klasikal kemampuan menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu masuk kategori mampu, karena siswa yang mencapai kemampuan minimal 70% sebesar 82,35% belum mencapai kriteria ketuntasan klasikal yaitu 85%. Dilihat dari setiap aspek kemampuan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu dapat disimpulkan bahwa dari ketujuh kompenen yang menjadi aspek penilaian yaitu pada aspek nama produk, gambar produk, kalimat iklan, keunggulan produk, harga produk, nomor telepon pengiklan, dan alamat pengiklan belum tuntas secara klasikal, karena belum mencapai kriteria ketuntasan klasikal yaitu 85%.

Kata kunci: kemampuan, menulis, iklan, siswa

PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang

Bahasa adalah alat komunikasi yang digunakan oleh setiap individu dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa juga dikatakan sebagai satuan ujaran yang dihasilkan oleh alat ucap manusia sebagai lambang bunyi yang bersifat arbitrer dan memiliki arti yang lengkap. Dalman (2016: 1)

Bahasa dapat digunakan manusia untuk saling berinteraksi, Interaksi yang dimaksud adalah berkomunikasi, Komunikasi dapat dilakukan dengan cara lisan dan tulisan. Komunikasi yang dilakukan secara lisan berarti seseorang dapat langsung menyampaikan pesan kepada lawan tuturnya.

Bahasa merupakan istilah yang lazim kita dengar. Setiap individu ketika berkomunikasi pasti menggunakan bahasa. Misalnya ketika melakukan pembelajaran di sekolah, ketika guru tidak menggunakan bahasa maka guru tidak dapat mentransfer pengetahuan yang ia miliki kepada peserta didik.

Dalam pembelajaran bahasa Indonesia keterampilan berbahasa mencakup empat komponen yaitu keterampilan menyimak, keterampilan berbicara, keterampilan membaca dan keterampilan menulis. Dari keempat aspek tersebut, menulis merupakan kegiatan yang kompleks karena dalam kegiatan menulis ini, penulis haruslah terampil memanfaatkan grafologi, struktur bahasa, dan kosakata. (Tarigan, 1982: 3-4)

Keterampilan menulis merupakan keterampilan seseorang dalam mengungkapkan ide, pikiran, pengetahuan, fakta-fakta, perasaan dan pengalaman hidup yang ditulis dalam bahasa yang baik, jelas, dan mudah dipahami oleh pembaca. Kegiatan menulis pada pembelajaran bahasa Indonesia merupakan langkah untuk melatih dalam menerapkan pengetahuan kebahasaan, seperti kosakata, gaya bahasa, ejaan, kalimat, dan sebagainya.

Menulis termasuk suatu keterampilan harus dikuasai siswa pada yang prmbelajaran bahasa Indonesia. vakni keterampilan berbahasa secara produktif yang digunakan secara tidak langsung, tidak secara tatap muka dengan orang lain, maka pembelajaran bahasa Indonesia dituntut pula kesempatan bagi siswa untuk berlatih menulis. Semakin sering siswa diberi kesempatan berlatih menulis, tentulah mereka akan semakin terampil dalam menulis.

Peneliti ingin melakukan penelitian mengenai keterampilan menulis karena pada kenyataannya masih banyak siswa yang merasa kesulitan menyelesaikan tugas menulis yang diberikan oleh guru bahasa Indonesia. Kegiatan menulis juga masih kurang diminati oleh siswa karena mereka sulit untuk menuangkan ide-ide ke dalam sebuah tulisan.

Kurikulum 2013 revisi 2017 bahasa Indonesia secara umum bertujuan agar siswa mampu menyimak, berbicara, membaca dan menulis. Kompetensi dasar dikembangkan berdasarkan tiga hal lingkup materi yang saling berhubungan dan saling mendukung pengembangan kompetensi pengetahuan kebahasaan dan kompetensi keterampilan berbahasa (membaca, menyimak, berbicara dan menulis) siswa. Kompetensi sikap dikembangkan secara terpadu melalui kompetensi pengetahuan bahasa, sastra, dan Adapun ketiga literasi. hal lingkup materinya yaitu bahasa (pengetahuan tentang bahasa Indonesia): sastra (pemahaman, apresiasi, tanggapan, analisis, dan penciptaan karya sastra); dan literasi (perluasan kompetensi berbahasa Indonesia dalam berbagai tujuan, khususnya yang berkaitan dengan membaca dan menulis).

SMP Negeri 2 Kulisusu termasuk salah satu SMP di Kabupaten Buton Utara

yang telah menerapkan kurikulum 2013. tahun 2017, kurikulum Pada mengalami revisi sehingga materi pelajaran bahasa Indonesia SMP juga ikut berubah mengikuti aturan yang tercantum di kurikulum. Saat ini, SMP Negeri 2 Kulisusu telah menerapkan kurikulum 2013 2017. Mata pelajaran revisi Bahasa tercantum di dalam Indonesia yang kurikulum 2013 revisi pada umumnya berbasis teks. Materi yang terdapat dalam mata pelajaran bahasa Indonesia khususnya kelas VIII SMP adalah teks berita, teks iklan, slogan, poster, teks ekposisi, teks eksplanasi, teks ulasan, dan teks persuasi.

Materi tentang iklan termasuk materi yang baru tercantum dalam silabus mata pelajaran bahasa Indonesia kelas VIII SMP. Materi tentang iklan terdapat pada kompetensi dasar 3.4 menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan kompetensi dasar menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis. Setelah mempelajari kaidah kebahasaan teks iklan, siswa dinyatakan menguasai materi jika mampu mencapai kompetensi dasar 4.4 menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis. Dalam hal ini, peneliti ingin mengetahui kemampuan siswa saat menulis iklan.

Berdasarkan observasi awal dengan guru mata pelajaran bahasa Indonesia SMP Negeri 2 Kulisusu memberikan gambaran bahwa materi iklan memang salah satu materi yang telah diajarkan di sekolah pada siswa kelas VIII di semester ganjil. Namun, ada pertanyaan apakah dengan selesainya mempelajari materi iklan ini siswa akan mampu menulis iklan sesuai dengan unsurunsur iklan dengan baik dan benar. Maka

dari itu penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kemampuan siswa dalam menulis iklan berdasarkan unsur-unsur iklan dengan baik dan benar. Penelitian yang dimaksud tentu akan terkait pula dengan pengukuran tingkat keberhasilan pembelajaran menulis iklan sesuai dengan KKM yang telah ditetapkan di SMP Negeri 2 Kulisusu. Peneliti ingin mengetahui seberapa jauh kemampuan siswa dalam pembelajaran bahasa Indonesia khususnya pada materi kemampuan menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimanakah kemampuan menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu?"

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kemampuan dalam menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

- Sebagai bahan informasi tentang kemampuan menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu tahun ajaran 2018/2019.
- 2. Sebagai bahan masukan dan umpan balik dalam pengajaran bahasa Indonesia khususnya pengajaran menulis iklan.
- 3. Sebagai bahan informasi bagi peneliti lanjutan yang relevan dengan penelitian ini.

1.5 Batasan Operasional

Untuk menghindari kesalahan penafsiran tentang istilah yang digunakan

dalam penelitian ini, maka perlu batasan istilah sebagai berikut:

- a. Kemampuan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan dalam menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu.
- b. Menulis adalah salah salah satu keterampilan berbahasa yang digunakan untuk menuangkan fakta-fakta, perasaan, sikap, dan isi pikiran penulis kepada pembaca melalui media tulis.
- c. Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkan oleh sponsor tertentu kepada pembaca ataupun pendengar.

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Menulis

Abigail (2015: 1) mengemukakan menulis merupakan salah satu aspek berbahasa. Kamu sudah belajar menulis sejak bangku taman kanak-kanak. Bahkan, sebelum kamu sekolah orang tuamu telah mengajari menulis huruf. Kegiatan tulismenulis itu kemudian berkembang sesuai pendidikan. Mula-mula kamu belajar menulis huruf, kata, kalimat, dan paragraf. Asrif (2015: 5) menulis adalah suatu aktivtas yang bertujuan untuk mengungkapkan faktafakta, perasaan, sikap, dan isi pikiran secara jelas dan efektif kepada pembaca.

Dalman (2016: 3) mengemukakan menulis merupakan sebuah kegiatan komunikasi berupa penyampaian pesan (informasi) secara tertulis kepada pihak lain dengan menggunakan bahasa tulis sebagai alat atau medianya. Aktivitas menulis melibatkan beberapa unsur, yaitu: penulis sebagai penyampaian pesan, isi tulisan, saluran atau media, dan pembaca.

Jakob Sumarjo dalam Komaidi (2017: 15) menulis merupakan suatu proses

melahirkan tulisan yang berisi gagasan.banyak yang melakukannya secara spontan, tetapi juga ada yang berkali-kali mengadakan koreksi dan penulisan kembali.

Parera (1987: 3) mengemukakan behwa menulis merupakan satu proses. Oleh karena itu merupakan suatu proses, maka menulis harus mengalami tahap prakarsa, tahap pelanjutan, tahap revisi, dan tahap pengakhiran.

Rosidi (2009: 2) Menulis merupakan sebuah kegiatan menuangkan pikiran, gagasan, dan perasaan seseorang yang diungkapkan dengan bahasa tulis. Menulis merupakan kegiatan untuk menyatakan pikiran dan perasaan dalam bentuk tulisan yang diharapkan dapat dipahami oleh pembaca dan berfungsi sebagai alat komunikasi secara tidak langsung.

Sardila (2015: 113) menulis merupakan salah satu keterampilan yang sangat ekspresif dan produktif. Dikatakan sebagai ekspresif karena menulis merupakan hasil pikiran dan perasaan yang dapat dituangkan melalui aktivitaas menggerakkan motorik halus melalui goresan-goresan dikatakan tangan kita. Selanjutnya, produktif, karena merupakan proses dalam menghasilkan satuan bahasa berupa karya nyata, hingga lahir dalam bentuk tulisan. Soebachman (2016: 12) mengemukakan menulis merupakan kemampuan yang juga anda pelajari saat pertamakali mengenal huruf dan belajar kata-kata baru. Dan, katakata tersebut ternyata anda gunakan sepanjang hidup anda; bukan hanya saat di sekolah/kampus saja.

Suparno dan Yunus (2008: 1.3) mengemukakan bahwa menulis dapat didefinisikan sebagai salah satu kegiatan penyampaian pesan (komunikasi) dengan menggunakan bahasa tulis sebagai alat atau medianya. Pesan adalah isi atau muatan yang terkandung dalam suatu tulisan. Tulisan adalah sebuah simbol atau lambang

bahasa yang dapat dilihat dan disepakati pemakainya. Dengan demikian dalam komunkasi tulis paling tidak terdapat empat unsur yang terlibat, penulis sebagi penyampaian pesan (penulis), pesan atau isi tulis, saluran atau media beberapa tulisan dan pembaca sebagai penerima pesanan.

Menurut Tarigan (1982: 3–4) menulis keterampilan adalah suatu berbahasa yang dipergunakan berkomunikasi secara tidak langsung, tidak secara tatap muka dengan orang lain. Menulis merupakan suatu kegiatan yang produktif dan ekspersif. Dalam kegiatan menulis ini, penulis haruslah terampil memanfaatkan grafologi, struktur bahasa dan kosa kata. Keterampilan menulis ini akan datang secara otomatis, melainkan harus melalui latihan dan praktek yang banyak dan teratur.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa menulis adalah kegiatan menuangkan faktafakta, perasaan, sikap, dan isi pikiran kepada pembaca melalui media tulis.

2.2 Tujuan dan Manfaat Menulis2.2.1 Tujuan Menulis

Angelo (dalam Tarigan 1982: 22-23) fungsi utama dari tulisan adalah sebagai alat komunitas yang tidak langsung. Menulis sangat penting bagi pendidikan karena memudahkan para pelajar berpikir. Juga dapat menolong kita berpikir secara kritis. Juga dapat memudahkan kita merasakan dan menikmati hubungan-hubungan, memperdalam daya tanggap atau persepsi kita, memecahkan masalah yang hadapi, menyusun urutan bagi pengalaman. Menulis adalah suatu bentuk berpikir bagi membaca tertentu dan waktu tertentu. Salah satu dari tugas-tugas terpenting menulis sebagai penulis adalah menguasai prinsip menulis dan berpikir, yang akan dapat menolongnya mencapai maksud dan

tujuannya. Yang paling penting di antara prinsip-prinsip yang di maksudkan itu adalah penemuan, susunan, dan gaya. Secara singkat belajar menulis adalah belajar berpikir dalam/dengan cara tertentu. Adapun tujuan penulisan adalah sebagai berikut:

a) Tujuan Penugasan

Tujuan penugasan ini sebenarnya tidak mempunyai tujuan sama sekali. Penulis menulis sesuatu karena ditugaskan, bukan atas kemauan sendiri (misalnya para siswa yang diberi tugas merangkum buku, sekretaris yang ditugaskan membuat laporan atau notulen rapat).

b) Tujuan Altruistik

Penulis bertujuan untuk menyenangkan para pembaca, menghindarkan kedukaan pembaca, ingin para pembaca, ingin menolong para menolong para pembaca memahami, menghargai perasaan, penalarannya, ingin membuat hidup para pembaca lebih mudah dan lebih menyenangkan dengan karyanya itu. Tuiuan altruistic adalah kunci keterbacaan sesuatu tulisan.

c) Tujuan Persuasif

Tulisan yang bertujuan meyakinkan para pembaca akan kebenaran gagasan yang diutarakan. Jenis tulisan persuasif juga banyak di temukan dalam tulisan iklan atau produk untuk menarik konsumen agar produk yang ditawarkan tersebut laris di pasaran. Perlu untuk diingat bahwa pengguanaan tanda baca atau penekanan kata pada wacana persuasif sangat berpengaruh pada makna yang terkandung dalam wacana tersebut. Oleh karena itu, bahasa Indonesia yang benar juga perlu untuk diketahui.

d) Tujuan Informasional

Tulisan yang bertujuan member informasi atau keterangan/penerangan kepada para pembaca.

e) Tujuan Pernyataan Diri

Tulisan yang bertujuan memperkenalkan atau menyatakan diri sang pengarang kepada pembaca.

f) Tujuan Kreatif

Tujuan ini erat hubungannya dengan tujuan pernyataan diri. Tetapi keinginan kreatif disini melebihi pernyataan diri, dan melibatkan dirinya dengan keinginan mencapai norma artistik, atau seni yang ideal, seni idaman. Tulisan yang bertujuan mencapai nilai-nilai artistik, nilai-nilai kesenian.

g) Tujuan Pemecahan Masalah

Dalam tulisan seperti ini penulis ingin memecahkan masalah yang dihadapi. Penulis ingin menjelaskan, menjernihkan, menjelajahi serta meneliti secara cermat pikiran-pikiran dan gagasan-gagasannya sendiri agar dapat dimengerti dan diterima oleh para pembaca.

2.2.2 Manfaat Menulis

Menurut Abigail (2015: 4) Menulis mempunyai manfaat yang positif, selain dapat menjadi orang terkenal, dengan menulis orang dapat mendapat uang yang berlimpah. Berikut akan diuraikan satu per satu manfaat menulis.

1. Sarana untuk Mengungkapkan diri

Dengan menulis, seseorang dapat mengungkapkan perasaan hati (kegelisahan, keinginan. atau kemarahan). Seorang penulis puisi akan mengungkapkan perasaannya dengan puisi. Begitu juga dengan cerpenis atau novelis. Jadi, menulis bisa dijadikan alat untuk menyalurkan perasaan Perasaan hati terkadang tidak dapat diungkapkan secara lisan. Oleh karena itu, menulis menjadi salah satu sarannya. Penulis artikel tidak jauh berbeda. Banyak penulis artikel melontarkan ketidakpuasan dan ketidakadilan melalui tulisan-tulisannya. Bagi mereka yang menulis buku dapat meluruskan sejarah yang selama ini timpang. Sejarah tidak pernah memihak masyarakat kebanyakan. Sejarah selalu memihak kepada mereka yang mempunyai kekuasaan. Dalam hal ini seorang penulis dapat mengungkapkan perasaan ketidakadilan tersebut.

2. Sarana untuk Pemahaman

Seseorang pembaca buku ibarat ia melekatkan pengetahuan dalam pikiran. Akan tetapi, seseorang yang membaca disertai menulis ia sedang mengikat kuat ilmu pengetahuan dalam otaknya. Hal ini berarti, menulis dapat mengikat kuat dalam otak penulis. Dengan kata lain, menulis digunakan sebagai sarana untuk pemahaman. Orang yang membaca buku kemudian mengingatnya kembali akan berbeda dengan orang yang membaca kemudian menuliskan vang penting-penting. Kegiatan membaca disertai dengan menuliskannya akan lebih bermanfaat daripada membaca saja.

3. Mengembangkan Kepuasan Pribadi, Kebanggan, dan Perasaan Harga Diri Menulis merupakan aktivitas yang langka karena tidak semua orang mampu menulis. Tidak semua orang yang pandai berbicara bisa menulis. sebenarnya sebuah kebanggaan yang tiada taranya. Menulis bisa meningkatkan kepercayaan akan kemampuan Sebenarnya kita mempunyai kemampuan belum diberdayakan. Jangan pedulikan berpa banyak orang yang menghinamu, tetapi jangan sekali-kali kamu menghina dirimu sendiri. Jika membiarkan diri kita tidak berdaya berarti kita sedang menghina diri sendiri. Pernyataan, "saya tidak bisa menulis" merupakan perilaku menghina diri sendiri. Menghina diri sendiri awal dari keterbelakangan dan kebodohan dalam hidup ini.

4. Meningkatkan Kesadaran dan terhadap Lingkungan.

Orang yang menulis selalu dituntut untuk terus belajar. Ia akan mengetahui informasi. Akibatnya, pengetahuan menjadi luas. Seseorang yang biasa menulis akan menjadi manusia yang kreatif dan peduli pada masalah-masalah sekitar.

- 5. Keterlibatan secara Bersemangat Seorang penulis adalah seorang pencipta. Ia manusia kreatif. Jika ada sesuatu yang tidak baik, ia akan terpanggil untuk mengomentari lewat tulisan-tulisannya.
- 6. Kemampuan Menggunakan Bahasa Seseorang menulis tidak asal menulis. Ia harus mempunyai alat yakni bahasa. Seseorang yang ingin menulis harus menguasai bahasa yang dijadikan alat untuk menulis tersebut. Dengan demikian, menulis tanpa mempunyai bahasa yang memadai adalah omong kosong. Seandainya ia memaksakan diri, hasil tulisannya tidak maksimal.

2.3 Tahap Menulis

Tahap-tahap menulis menurut Suparno dan Yunus (2008:15–25) terdiri dari tiga tahap yaitu.

1. Tahap Prapenulisan

Kegiatan prapenulisan meliputi segala sesuatu yang terjadi sebelum proses penulisan. Kegiatan ini meliputi: memilih topik, menetapkan tujuan dan sasaran, mengumpulkan bahan atau informasi yang diperlukan, serta mengorganisasikan ide atau gagasan dalam bentuk kerangka karangan.

2. Tahap Penulisan.

Tahap penulisan merupakan bahasan setiap butir topik yang terdapat dalam kerangka karangan. Dalam kerangka karangan masih diperlukan penjelasanpenjelasan terperinci yang lebih sehingga pembaca dapat memahami maksud tulisan yang disampaikan. karangan Dalam penulisan, sangat diperlukan pilihan kata yang tepat, cermat, dan lugas. sehingga dalam tahan penulisan ini. penulis harus dapat seluruh mencurahkan penguasaan kosakata yang dimilikinya. Tulisan yang baik adalah tulisan yang tidak lepas dari kaidah-kaidah kebahasaan yang berlaku. Oleh Karena itu, karangan harus ditulis dengan ejaan yang tepat dan sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku.

3. Tahap Pasca Penulisan.

Fase ini merupakan tahap penghalusan penyempurnaan buram dan yang dihasilkan. Kegiatan terdiri atas penyuntingan dan perbaikan (revisi). Tahap revisi merupakan tahap penelitian secara menyeluruh mengenai logika, sistematika, ejaan, tanda baca, pilihan kalimat, paragraf, pengetikan kata. catatan kaki dan daftar pustaka, dan sebagainya. Tahap ini sangat diperlukan karna untuk penerbitan dibutuhkan tulisan yang baik dan benar. Jadi sebelum penerbitan harus dilakukan revisi lebih dahulu. Jika sudah benar baru lah karya tulis itu bisa diterbitkan atau dikirim ke penerbit.

2.4 Manfaat Menulis

Menurut Dalman (2016: 6) menyatakan menulis memiliki banyak manfaat yang dapat dipetik dalam kehidupan ini, di antaranya adalah:

- 1. Peningkatan Kecerdasan
- 2. Pengembangan daya inisiatif dan kreativitas
- 3. Penumbuhan Kepribadian

4. Pendorong kemauan dan kemampuan mengumpulkan informasi

2.5 Pengertian Iklan

Menurut Kosasih (2014: 260) mengemukakan bahwa iklan adalah jenis teks yang mengomunikasikan suatu pesan, gagasan, atau pikiran kepada orang lain dan cenderung bersifat persuasif. Iklan juga dapat diartikan sebagai pemberitahuan melalui media massa kepada khalayak mengenai suatu barang atau jasa. Dalam bahasa Inggiris iklan dikenal dengan advertising yang berasal dari bahasa latin ad-vere yang berati menyampaikan pikiran dan gagasan kepada orang lain. Di Prancis, iklan diistilahkan dengan reclamare yang berarti meneriakan sesuatu secara berulangulang. Sementara itu dalam bahasa Arab disebut i'lam yang berarti 'pengumuman' istilah bahasa Arab inilah yang kemudian diadopsi kedalam bahasa Indonesia dengan sebutan iklan.

Liiweri (dalam Kosasih, 2014:260) mendefenisikan iklan sebagai suatu proses komunikasi untuk membantu menjual memberi layanan, menyampaikan gagasan atau ide-ide melalui salauran tertentu dalam bentuk informasi persuasif. Sedangkan Kotler (dalam Kosasih, 2014: 260) mendefenisikan iklan adalah sebagai suatu bentuk penyajian nonpersonal, promosi, ide-ide, promosi barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu. Artinya dalam menyampaikan pesan tersebut, komunikator melakukannya dengan cara membayar kepada pemilik media atau membayar kepada orang yang mengupayakannya.

Sudiana dalam Judhariksawan (2016: 3) menyatakan bahwa iklan adalah salahsatu bentuk komunikasi yang terdiri atas informasi dan gagasan tentang suatu produk yang ditujukan kepada khalayak secara serempak agar memperoleh sambutan baik.

Menurut Dunn dalam Jaiz (2014: 2) iklan merupakan bentuk kegiatan komunikasi non personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non maupun komersial pribadi yang berkepentingan.

Dari beberapa pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa iklan adalah salah satu bentuk komunikasi yang terdiri atas gagasan dan informasi yang disampaikan melalui media dengan cara membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non komersial maupun pribadi yang berkepentingan.

2.5.1 Fungsi Iklan

Menurut Kosasih (2014: 261) fungsi iklan terdiri atas dua yaitu:

- 1. Fungsi informasional yaitu iklan memberitahukan kepada konsumen tentang karakteristik dan manfaat suatu produk.
- 2. Fungsi tranformasional yaitu iklan berusaha merubah sikap-sikap yang dimiliki oleh konsumen terhadap merek, pola-pola belanja, jaya hidup, teknik-teknik mencapai sukses dan sebagainya.

2.5.2 Jenis-Jenis Iklan

Dalam penyajian secara lisan, iklan dapat disimak melalui radio dan televisi. Khusus iklan dalam televisi maupun dalam lamanlaman interrnet, iklan merupakan gabungan teks lisan, tertulis dan gerak. Bentuk-bentuk iklan tersebut tentu saja memiliki karakteristik masing-masing dalam pola penyajianya. Iklan berdasarkan medianya yaitu.

a. Iklan media cetak

Menurut Kosasih (2017:42) iklan media cetak terdiri dari iklan baris dan iklan kolom. Iklan baris adalah iklan yang pemasangnya berupa baris-baris. Teks yang disajikan sangat terbatas. Tidak ada gambar ataupun ilustrasi-ilustrasi dalam iklan ini. Tespun banyak yang mengalami penyingkatan. Iklan baris dimanfaatkan perorangan dan perusahanoleh perusahan kecil. Sedangkan iklan kolom adalah iklan yang pemasangnya dalam media yang berupa kolom-kolom. Oleh karena itu, bentuknya besar. Disamping mengunakan teks, iklan ini pula sering gambar menyertakan dan berbagai ilustrasi lainya.

- b. Iklan Baris adalah iklan yang pemasangannya berupa baris-baris. Oleh karena itu, iklan baris lebih kecil daripada iklan kolom. Teks yang disajikannya sangat terbatas. Tidak ada gambar ataupun ilustrasi-ilustrasi dalam iklan ini. Teks pun banyak yang mengalami penyingkatan.
- c. Iklan kolom adalah iklan yang pemasangannya dalam media berupa kolom-kolom. Oleh karena itu. bentuknya besar. Di samping menggunakan teks, iklan ini sering pula menyertakan gambar dan berbagai ilustrasi lainnya.

b. Iklan elektronik

Menurut Kosasih (2014: 95) iklan elekronik terbagi menjadi lima yaitu.

1. Iklan Radio

- Iklan ini hanya mengandalkan efek suara, baik berupa tuturan, musik, bunyibunyi, dan sejenisnya. Iklan radio terdiri dari beberapa jenis.
- a. *Ad lib*, disampaikan oleh penyiar secara langsung, berupa kata-kata saja. Biasanya durasinya tidak lebih dari 60 detik.
- b. *Spot*, disampaikan dengan teknik perekaman sehingga membutuhkan

- persiapan naskah terlebih dahulu. Durasinya berkisar antara 15 sampai 60 detik.
- c. Sponsor Program, pemberian waktu khusus kepada sponsor untuk menyampaikan pesan dengan cara membiayai sebuah program secara tertentu. Iklan ini mengandalkan efek suara, baik berupa tuturan, musik, bunyi-bunyi, dan sejenisnya. Iklan radiao terdiri beberapa jenis yaitu: ad lib, spot, dan sponsor program.
- 2. Iklan televisi, iklan ini mengandung unsur suara, gambar, dan gerak. Berdasrkan bentuknya iklan televisi dapat dikleompokan dalam beberapa jenis:
- a) *Live Action*, berupa video klip yang melibatkan unsur gambar, suara, dan gerak secara bersama-sama.
- b) *Animation*, iklan berupa gambar-gambar kartun.
- c) *Stop Action*, berupa perpaduan live action dengan teknik animasi.
- d) *Musik*, disampaikan melalui music sebagai kekuatan utama penyuplai pesannya.
- e) *Superimposed*, iklan yang dimunculkan di ujung layar bersamaan dengan berlangsungnya acara utama.
- f) *Sponsor program*, pihak pengiklan atau sponsor yang membiayai program acara televisi tertentu. Sebagai imbalannya ia dapat menyampaikan pesan iklan dengan lebih dominan.
- g) *Running text*, iklan yang muncul secara perlahan-lahan berupa teks, biasanya bergerak dari kanan lalu menghilang pada sebelah kiri layar.
- h) *Backdrop*, iklan yang diperlihatkan pada bagian akhir suatu acara.
- i) *Credit title*, iklan kyang diperlihatkan pada bagian akhir suatu acara.

- j) Ad Lib, Iklan yang disampaikan penyiar secara langsung, baik itu diantara satu acara dengan acara yang lain ataupun dalam program acara tertentu.
- k) *Property endorsement*, iklan yang diperlihatkan melalui properti siaran ataupun pada kostum yang digunakan oleh artis atau penyair.
- Promo ad, iklan oleh pengelola televisi untuk mempromosikan acara-acaranya. Harapannya, pemirsa tertarik menonton acara yang ditayangkan sehingga program acara tersebut mendapatkan pemirsa yang cukup banyak.
- 4. Iklan film, iklan ini tersaji dalam judul film (produk sinema). Biasanya muncul sebelum film utama diputar.
- 5. Iklan media digital interaktif (internet), iklan ini muncul melalui cara-cara yang cukup berbeda dengan iklan-iklan konvesiaonal. Jenis iklan ini sebagai berikut.
- a) Website, iklan ini secara keseluruhan berbentuk website. Seluruh fitur dalam situs itu berupa iklan. Kadang-kadang sebuah perusahaan menjadikan keseluruhan situs mereka sebagai iklan.
- b) Banner dan Tombol, berupa billboard mini yang tersebar pada sebuah halaman web. Apabila disentuh, tombol itu akan membawa kita pada situs dari pengiklan atau halaman tambahan baru.
- c) *Sponsorship*, pada iklan ini pihak sponsor tetentu membiayai penuh seluruh halaman dari pembuat situs.
- d) Search engine marketing, iklan ini muncul saat kita melakukan suatu pencaharian data (searching).
- e) Classified class, iklan ini berbentuk seperti iklan baris dalam Koran dan biasanya gratis.
- f) *E-mail advertising*, iklan ini dikirimkan melalui e-mail pada para pelanggan yang memang memintanya.

- 6. Iklan luar ruangan (*out-of-home*), iklan ini teruju pada khalayak yang berada diluar rumah. Contohnya seperti, iklan *outdoor standar* dan iklan *transit*.
 - Di samping karena medianya keberagaman iklan juga dapat dilihat berdasarka isinya. Menurut isinya iklan diklasifikasikan kedalam tiga jenis yakni sebagai berikut.
- a. Iklan pemberitahuan
 Iklan ini terfokus pada kepentingan untuk
 memberitahu khalayak mengenai suatu
 hal baik itu yang berupa peristiwa,
 keadaan atau hal lainya. Iklan jenis ini
 dipasang oleh perorangan atau suatu
 keluarga. Namun, ada pula yang dipasang
 oleh perusahan-perusahan, misalnya yang
 berupa pemberitahuan pembubaran
 perusahaan, rapat pemegang saham dan
 sebagainya.
- b. Iklan layanan masyarakat
 Iklan ini bertujuan untuk memberikan
 penerangan atau penjelasan kepada
 masyarakat. Contohnya, iklan keluarga
 berencana dan iklan bahaya narkotika.
 Penggunaan iklan ini umumnya
 digunakan oleh pemerintah dan lembaga
 swadaya masyarakat (LSM).
- c. Iklan penawaran Iklan ini bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa. Iklan penawaran jasa disebut juga dengan iklan niaga dan iklan lowongan kerja (Kosasih, 2017: 43 45).

2.6 Struktur Iklan

Menurut Kosasih (2017: 46) Struktur iklan terdiri atas dua bagian yaitu:

- 1. Pengenalan produk. Bagian ini dapat pula disebut sebagi judul teks.
- 2. Pernyataan persuasif, berisi pernyatan yang mendorong pembaca atau pendengar untuk berbuat sesuatu. Bagian

ini biasaya berupa pernyataan tentang kelebihan produk yang ditawarkan.

2.7 Unsur-unsur Iklan

Menurut Kosasih (2017:46) unsur-unsur iklan terdiri atas:

- 1. Nama produk. Nama produk merupakan nama dari barang atau jasa yang akan ditawarkan.
- Gambar produk. Gambar produk menampilkan produk barang yang akan ditawarkan. Gambar dapat berupa produk yang ditawarkan atau dapat berupa orang yang menggunakan produk tersebut.
- 3. Kalimat iklan. Kalimat iklan biasanya kalimat yang bermaksud membujuk dan meyakinkan calon pengguna barang/jasa. Tulisan yang singkat dan mudah terlihat, sebagai penjelasan dari produk.
- 4. Keunggulan produk. Pada bagian ini keungulan produk yang ditawarkan dijelaskan.
- 5. Harga produk. Biasanya harga produk yang ditawarkan juga disertakan dalam sebuah iklan.
- 6. Nomor telepon pengiklan. Nomor ini biasanya disertakan dalam iklan agar calon pembeli dapat menghubungi pengiklan.
- 7. Alamat pengiklan

2.7 Kaidah Kebahasaan Iklan

Menurut Kosasih (2017:47–48) teks iklan bertujuan menawarkan produk, baik berupa barang maupun jasa. Oleh karena itu, kata-kata yang muncul umumnya bersifat persuasif, bujukan atau dorongan tentang suatu kebiasaan ataupun gaya hidup.

Pernyataan dalam bentuk teks iklan umumnya bersifat imperatif, yakni permintaan,ajakan, dorongan, atau larangan. Adapun kalimat impermentatif itu sendiri ditandai oleh kata-kata seperti temukan. Kata lainya adalah ikutilah hadirlah, wujudkan, nikmati, sebaliknya, marilah, ayo dan jaganlah.

Bahasa iklan sering kali menggunakan bahasa sederhana, mudah dingat, dan mudah pula dipahami. Kalimat vang panjang, dan berbelit-belit selalu dihindari dalam iklan. Justru bahasa yang akrab di tengah-tengah khalayak itulah yang sering digunakan, di samping memberikan kesan positif tentang produk yang ditawarkan. Pilihan kata yang berima dan memiliki banyak persamaan bunyi juga merupakan pilihan penting dalam bahasa iklan. Disamping itu, bahasa iklan harus singkat, sehingga mudah diingat oleh khalayak.

Bahkan ikan dituntut lebih efisien didalam penggunaan kata dan huruf-hurufnya. Didalam iklan sering dijumpai penyingkatan kata. Berikut beberapa singkatan yang sering digunakan dalam iklan baris berserta kepanjangannya.

Singkat	Kepanjan	Singkata	Kepanjan
an	gan	n	gan
BPK	Bapak	PROF	profesional
BT	Bata	PEND	pendidikan
CCK	Cocok	PLG	Paling
CCL	Cicil	PO	post ofice
CPT	Cepat	RMH	rumah
CV	curricuku	RP	rupiah
	m vitae		
JL	Jalan	SE	sarjana
			ekonomi
JT	Juta	SDRJ	sederajat
HUB	Hubungi	STL	setelah
KRM	Kirim	TH	tahun
LAM	Lamaran	TLP	telepon
LKP	Lengkap	TNG	tenaga
LS	Luas	TP	tanpa
			perantata
LMBT	Lambat	U/	untuk
MG	Minggu	UTK	untuk
WST	Wisata		

132 | Jurnal BASTRA (Bahasa dan Sastra), Vol. 4 No.1, Edisi Januari 2019/e-ISSN: 2503-3875/ http://ojs.uho.ac.id/index.php/BASTRA

Kosasih (2016: 264) menyatakan, dalam iklan bahasa memang menempati posisi yang sangat penting dalam peranannya sebagai penggugah, daya tarik, dan penyampaian informasi.

a. Sebagai Penggugah

Bahasa iklan harus memberikan kesadaran baru pada khalayak berkaitan dengan barang/jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, kata-kata yang muncul umumnya bersifat persuasif, bujukan, atau dorongan tentang sesuatu kebiasaan ataupun gaya hidup.

b. Mengandung Daya Tarik

Bahasa iklan sering kali menggunakan bahasa yang sederhana, mudah diingat, dan mudah dipahami. Oleh karena itu, kalimat yang panjang, berbelit-belit, selalu dihindari dalam iklan. Justru bahasa yang akrab di tengah-tengah khalayak itulah yang sering digunakan.

c. Menyampaikan Informasi

Khalayak menuntut gambaran jelas tentang barang/jasa yang ditawarkan untuk mengetahui keunggulannya. Informasi-informasi itu diperlukan untuk mengetahui perbedaan (nilai lebih, kekhasan) dengan produk lainnya.

2.8 Menulis Iklan

Iklan yang baik bisa menampilkan suatu produk yang berbeda dengan produk yang lain. Iklan yang baik memuat adanya pesan yang rasional dan mudah dicerna oleh khalayak. Selain itu, iklan harus memperhatikan rumus sebagai problema, janji dan bukti.

Adapun langkah-langkah menulis iklan yaitu:

a. Mulailah iklan dengan pernyataan yang menarik perhatikan khalayak, yakni berfokus pada kepentingan atau masalah yang mereka hadapi. Misalnya, jika kamu bermaksud menjual obat (jerawat), gunakanlah pernyataan seperti berikut, "Wajah Anda berjerawat?".

b. Penawaran solusi.

Misalnya, untuk masalah jerawat, kamu dapat menajukan kalimat tawaran seperi berikut: "Ramuan 'Jamu Cantik' mengurangi dan melenyapkan jerawat dalam waktu tiga puluh hari dan Anda kembali tampil cantik."

c. Penunjukan bukti

Yang diperlukan khalayak sesungguhnya adalah bukti. Dalam membuat iklan kamu tidak boleh hanya menyampaikan janjijanji. Agar mereka lebih yakin, tunjukan bukti bahwa solusi yang kamu berikan benar dan sesuai dengan harapan mereka. Misalnya, jerawat Anda akan sembuh alam 30 hari atau uang kembali. Ada 11.500 orang yang wajahnya kembali putih berseri setelah menggunakan produk kami ini.

d. Mengajukan harga

Misalnya, "Jika Anda ingin merawat wajah Anda sekarang, pesanlah segera ramuan istimewa kamu dengan harga...." (Kosasih, 2017: 52 – 53).

Iklan yang baik biasanya menampilkan produk yang berbeda dengan produk yang lain. Pesan yang rasional dan mudah dicerna oleh khalayak harus terdapat pada iklan. Selain itu, sebuah iklan harus memperhatikan rumus berikut: problem, janji, bukti, dan pengajuan harga.

2.9 Pembelajaran Menulis Iklan Kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu

Pembelajaran menulis iklan termuat dalam materi pembelajaran di SMP Negeri 2 Kulisusu pada siswa kelas VIII. Materi pembelajaran menulis cerita fantasi termuat dalam buku guru dan buku siswa mengacu pada silabus dan mengikuti kurikulum 2013 yang diterbitkan oleh Depdiknas. Pembelajaran menulis cerita fasntasi tercantum dalam silabus dengan kompetensi

dasar 3.4 menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan kompetensi dasar menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis. Setelah mempelajari kaidah kebahasaan teks iklan. dinyatakan menguasai materi jika mampu mencapai kompetensi dasar 4.4 menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis.

Menurut (Kosasih, 2014: mengemukakan bahwa iklan adalah jenis teks yang mengomunikasikan suatu pesan, gagasan, atau pikiran kepada orang lain dan cenderung bersifat persuasif. Sesuai dengan pengertiannya iklan bertujuan untuk mempengaruhi pembaca atau pendengar agar tetarik dengan apa yang telah dipromosikan oleh pesang iklan. Seperti sebuah perusahaan membuat sebuah iklan untuk menjual barang dan jasa, bagi pemerintah iklan berfungsi untuk memberiklan layanan kepada masyarakat, bagi dunia perkatoran iklan berfungsi untuk mendapatkan kariawan dan sebagainya. Pada umumnya iklan disampaikan melalui media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, internet dan tempat-tempat umum.

Oleh karena itu seorang siswa juga harus tahu apa itu iklan, apa tujuanya dan apa manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari sehingga pelajaran iklan ini termuat dalam krikulum 2013, dengan harapan siswa dapat mengidentifikasi unsur teks iklan, menelaah pola penyajian dan kebahasan teks iklan, menyimpulkan isi iklan, dan menyajikan gagasan, pesan dan ajakan dalam bentuk iklan dengan memperhatikan kretivitas penyajian dan penggunaan bahasa secara efektif. Menyunting iklan merupakan

kegiatan akhir yang harus dilakukan oleh siswa (Kosasih, 2017: xxiii).

Untuk sumber pembelajaran bahasa Indonesia, khususnya di SMP Negeri 2 Kulisusu pembelajaran menulis iklan sudah termuat dalam materi pembelajaran SMP kelas VIII dan mengacu pada silabus dan mengikuti kurikulum 2013. Buku yang menjadi dominan guru adalah buku guru bahasa Indonesia SMP/MTS kelas VIII dan siswa adalah bahasa Indonesia SMP/MTS kelas VIII antara buku guru dan buku siswa sudah satu paket yaitu karangan dari Kosasih yang diterbitkan oleh pusat pembukuan, kurikulum dan balitbang, Kemendikbud.

Dalam pelajaran iklan di SMP Negeri 2 Kulisusu sebagaimana yang tertuang dalam buku bahasa Indonesia kelas VIII SMP MTs edisi revisi 2017 diharapkan dapat mengetahui pengertian iklan, fungsi iklan, dimana saja iklan ditemui, fungsi iklan bagi memerintah dan perusahaan, jenis-jenis iklan, struktur iklan, kaidah kebahasaan iklan, menulis iklan, dan menyunting iklan. Namun disini lebih berfokus pada menulis iklan.

Berdasarkan buku Bahasa guru Indonesia 2017 edisi revisi memuat menulis indikator iklan dengan gambar memperhatikan nama produk, produk (indah, rapi dan mengandung arti), kalimat iklan (ringkas, padat, dan jelas), keunggulan produk, harga produk, nomor telepon pengiklan, dan alamat pengiklan. Dalam menulis iklan, jenis iklan yang dipilih adalah iklan penawaran Iklan jenis ini bertujuan untuk menawarkan barang atau jasa kepada khalayak ramai.

Iklan memiliki syarat dari segi isi, yaitu: 1) harus objektif dan jujur, 2) singkat, jelas, dan mudah dipahami, 3) tidak menyinggung pihak lain, 4) menarik perhatian orang banyak.

tujuan menulis iklan di SMP Negeri 2 Kulisusu adalah siswa dapat mempersuasikan tulisannya kepada khalayak berdasarkan unsur-unsur iklan yakni nama produk, gambar produk, kalimat iklan, keunggulan produk, harga produk, nomor telepon pengiklan, dan alamat pengiklan. selain itu menulis iklan dapat melatih siswa dalam menggunakan kata-kata sehemat dan seefisien mungkin guna menarik perhatian pembaca.

METODE DAN TEKNIK PENELITIAN 3.1 Metode dan Jenis Penelitian 3.1.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. deskriptif Istilah dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu penelitian dilakukan semata-mata untuk memberi gambaran secara objektif tentang kemampuan menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu yang ditemukan di lapangan. Sedangkan istilah kuantitatif yaitu penggambaran secara objek hasil yang diperoleh siswa dengan menggunakan angka-angka sesuai dengan prinsip-prinsip statistik yang digunakan dalam penelitian ini.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan yakni dilakukan secara langsung di SMP Negeri 2 Kulisusu sebagai objek penelitian untuk mengumpulkan data sesuai dengan masalah dalam penelitian.

3.2 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas VII SMP Negeri 1 Konawe Selatan.Menurut data tahun pembelajaran 2018/2019 siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu terbagi atas 3 kelas dengan siswa sebanyak 68 siswa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Kelas	Laki-laki	Perempuan	Jum
1.	VII A	11	12	23
2.	VII B	13	10	23
3.	VII C	9	13	22
	Total	33	35	68

3.3 Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu. Data yang diperoleh menyatakan bahwa pada tahun pelajaran 2017/2018 berjumlah 68 orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah total sampling. Artinya, seluruh populasi menjadi sampel dalam penelititan ini.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah tes menulis, yakni kemampuan menulis iklan berdasarkan unsur iklan (nama produk, gambar produk, kalimat iklan, keunggulan produk, harga produk, nomor telepon pengiklan, dan alamat pengiklan) yang temuat dalam lembar kerja siswa. Kegiatan menulis dilakukan agar siswa dapat kreatif dan produktif dalam menulis. Waktu yang disediakan untuk menyusun iklan selama 2 X 40 menit (2 jam pelajaran)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara memberikan instrumen kepada siswa selanjutnya siswa menyusun iklan berdasarkan jenis produk/jasa yang akan ditawarkan dengan memperhatikan unsur-unsur iklan seperti nama produk, gambar produk, kalimat iklan, keunggulan produk, harga produk, nomor

telepon pengiklan, dan alamat pengiklan dalam instrumen. Untuk memperlancar dan menjaga objektivitas pengumpulan data, peneliti akan dibantu oleh guru mata pelajaran bahasa Indonesia kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu agar siswa berada dalam keadaan yang wajar atau dalam keadaan yang tidak terbebani oleh adanya peneliti.

3.7 Teknik Penilaian Tulisan

Teks penilaian tulisan berupa teks iklan yang ditulis oleh siswa berdasarkan jenis produk/jasa yang akan ditawarkan. Hasil kerja siswa dinilai dengan beberapa kriteria penilaian yaitu aspek nama produk, gambar produk, kalimat iklan, keunggulan produk, harga produk, nomor telepon pengiklan, dan alamat pengiklan. Tingkat kemampuan siswa digambarkan melalui skor pemerolehan siswa pada kriteria tersebut.

3.8 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui tingkat kemampuan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu dalam menulis iklan digunakan pedoman ketuntasan belajar secara individual dan klasikal, yakni 70% keberhasilan individual dan 85% secara klasikal dari seluruh responden

Kriteria Kategori Kemampuan

Kategori	Rent. skor	Persentase			
Mampu	14 - 19	73% - 100%			
BelumMampu	1 - 13	5% - 68 %			

Sumber: SMP Negeri 2 Kulisusu Dari tabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

 Siswa dikatakan sudah mampu apabila mencapai skor 14 - 19 atau persentase kemampuan responden 73% - 100 % 2. Siswa dikatakan belum mampu apabila mencapai skor 1 – 13 atau persentase kemampuan responden 5% - 68%.

HASIL PENELITAN DAN PEMBAHASAN

Interpretasi Hasil Penelitian

Rangkuman Data Kemampuan Menulis Iklan Siswa Kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu

Aspek	Tingkat	Kategori
Kemampuan	Kemampuan	
Nama Produk	98,52%	Mampu
Gambar Produk	33,82%	Belum
		Mampu
Kalimat Iklan	45,58%	Belum
		Mampu
Keunggulan	52,94%	Belum
Produk		Mampu
Harga Produk	92,64%	Mampu
Nomor Telepon	84%	Mampu
Pengiklan		
Alamat Pengiklan	91,17%	Mampu

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa dari ketujuh komponen, yang menduduki peringkat tertinggi adalah kemampuan menulis nama produk dengan persentase 98,52% dan kemudian untuk peringkat terendah yakni pada kemampuan menggambar produk dengan persentase 36,76% dan diikuti kalimat iklan dengan persentase 47,05% dan keunggulan produk dengan persentase 52,94%.

Dari gambaran diatas dapat diinterprestasikan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu umumnya telah mampu dalam menulis iklan. Walaupun demikian, guru harus selalu memberikan latihan yang cukup karena masih ada 3 aspek yang masuk dalam kategori belum mampu yakni aspek

gambar produk, keunggulan produk, dan kalimat iklan.

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan dilakukan analisis yang dapat data disimpulkan bahwa dari 68 responden siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu, secara individual 56 siswa atau 82,35% masuk kategori mampu. Dan 12 siswa atau 17,76% masuk kategori belum mampu dalam menulis iklan. Secara klasikal kemampuan menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu masuk kategori mampu, karena siswa yang mencapai kemampuan minimal 70% sebesar 82,35% belum mencapai kriteria ketuntasan klasikal yaitu 85%. Dilihat dari setiap aspek kemampuan siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu dapat disimpulkan bahwa dari ketujuh kompenen yang menjadi aspek penilaian yaitu pada aspek nama produk, gambar produk, kalimat iklan, keunggulan produk, harga produk, nomor telepon pengiklan, dan alamat pengiklan belum tuntas secara klasikal, karena belum mencapai kriteria ketuntasan klasikal yaitu 85%.

5.2 Saran

Dengan mengacu pada kemampuan siswa yang diperlihatkan pada penulisan iklan dalam penelitian ini disarankan sebagai berikut.

- 1. Diharapkan kepada guru bahasa Indonesia agar memberikan strategi yang lebih baik dalam proses pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan siswa khususnya dalam menulis iklan karena dari kesebelas aspek penilaian belum seluruhnya dikategorikan mampu.
- 2. Kegiatan pembelajaran bahasa Indonesia harus dikembangkan secara berencana dengan memperhatikan perubahan dan pengembangan kurikulum. Hal tersebut

- dilakukan agar setiap guru tidak sekedar mengandalkan pengalaman sebelumnya tetapi harus menyesuaikan diri dengan perkembangan kurikulum.
- 3. Perlunya memaksimalkan minat siswa dalam pembelajaran menulis terutama dalam kaidah penulisan yang benar, sebab banyak siswa yang cenderung tidak memperhatikan kaidah dan penulisan yang benar.
- 4. Disarankan untuk peneliti berikutnya untuk melakan peneltian tidandakan kelas agar meningkatkan kemampuan siswa dalam pembelajaran menulis iklan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abigail, Monica. 2015. *Belajar Menulis*. Yogyakarta: JP Books.
- Asrif. 2015. Penelitian Tindakan Kelas Mata Pelajaran Bahasa Indonesia.
- Kendari: Kantor Bahasa Provinsi Sulawesi Tenggara.
- Dalman. 2016. *Keterampilan Menulis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-dasar Periklanan*. Serang: Graha Ilmu
- Judhariksawan. 2016. *Regulasi Siaran Iklan Televisi*. Makassar: PK Identitas Universitas Hasanuddin.
- Komaidi, Didik. 2017. Panduan Lengakap Menulis Kreatif Proses, Keterampilan, dan Profesi. Yogyakarta: Araksa.
- Kosasih, E. 2014. *Jenis-Jenis Teks*. Bandung: Yrama Widya.
- Kosasih, E. 2017. *Bahasa Indonesia Kelas VIII SMP/MTS*. Jakarta: Kemendikbud.
- Kosasih, E. 2017. *Buku Guru Bahasa Indonesia SMP/MTS Kelas VIII*. Jakarta: Kemendikbud.
- Parera, Jos. Daniel. 1987. *Menulis Tertib* dan Sistematik. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Rosidi, Imron. 2009. *Menulis Siapa Takut*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sardila. Vera. 2015. Strategi
 Pengembangan Linguistik Terapan
 Melalui Kemampuan Menulis Biografi
 dan Autobiografi: Sebuah Upaya
 Membangun Keterampilan Menulis
 Kreatif Mahasiswa. Riau: UIN
 SUSKA Riau.

ejournal.uin-

- <u>suska.ac.id/index.php/Anida/article/do</u> <u>wnload/1500/1293</u> Tanggal Akses 8 November 2018
- Soebachman, Agustina. 2016. *Mahir Menulis dalam 4 Hari*. Yogyakarta: Kauna Pustaka.
- Suparno dan M. Yunus. 2008. *Keterampilan Dasar Menulis*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Tarigan, Hendri Guntur. 1982. *Menulis Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa
 Bandung.