

Pengaruh Penerapan Media Iklan terhadap Keterampilan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII DI SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa

Nurhakiki¹

Jafar²

Rosary³

Syahrudin⁴

Nuzul Tenriana⁵

¹³⁴⁵ Universitas Pancasakti Makassar, Indonesia

² Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Penulis Korespondensi:

Jafar

jafar@unm.ac.id

Abstrak

Pengaruh Penerapan Media Iklan Terhadap Keterampilan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan media iklan terhadap keterampilan menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri. Metode yang digunakan Adalah eksperimen dengan desain *Pretest-Posttest Control Design*. Populasi penelitian terdiri dari 70 siswa kelas VIII, yang terbagi menjadi dua kelas melalui *random sampling*: kelas I (30 siswa) sebagai kelas eksperimen dan kelas B (30 siswa) sebagai kelas control. Instrumen yang digunakan meliputi, tes, dan modul ajar, dengan Teknik pengumpulan data melalui tes dan observasi. Data dianalisis secara statistic deskriptif dan inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil keterampilan menulis persuasi siswa kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri dengan menerapkan media iklan dikategorikan berpengaruh. Hal ini dilihat dari nilai *posttest* kelas eksperimen 30 siswa yang memperoleh nilai dengan rata-rata 100.00, diatas KKM 75%. Berbeda dengan hasil *posttest* kelas kontrol 30 siswa memperoleh nilai dengan rata-rata 73.67 yang mana belum mencapai kriteria yang ditetapkan sesuai dengan KKM 75%. Jadi penelitian penerapan media iklan tersebut berpengaruh terhadap keterampilan menulis teks persuasi siswa.

Kata Kunci: Media, Iklan, Menulis, Persuasi

Abstrak

Effect of Advertising Media on the Persuasive Writing Skills of Eighth Grade Students of Yatama Mandiri Islamic Boarding School in Gowa District. This study aims to determine the effect of advertising media implementation on the persuasive writing skills of eighth grade students at SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri. The method used was an experiment with a pretest-posttest control design. The study population consisted of 70 eighth-grade students, divided into two classes through random sampling: class A (30 students) as the experimental class and class B (30 students) as the control class. The instruments used included observation, tests, and teaching modules, with data collection techniques through tests and observation. The data were analyzed using descriptive and inferential statistical methods. The results of the study indicate that the persuasive writing skills of eighth-grade students at SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri, when applying advertising media, are categorized as having an impact. This was seen from the post-test scores of the 30 students in the experimental class, who obtained an average score of 100.00, above the minimum passing grade of 75%. In contrast, the post-

test scores of the 30 students in the control class obtained an average score of 73.67, which did not meet the criteria set according to the minimum passing grade of 75%. Thus, the study of the application of advertising media was effective in improving students' persuasive writing skills.

Keywords: *Media, Adversiting, Writing, Persuasion.*

Pendahuluan

Pembelajaran Media, bahasa Advertising, Indonesia bertujuan agar memperluas kemampuan siswa dalam berkomunikasi dengan baik dan benar, baik secara lisan maupun tulisan, serta menumbuhkan apresiasi untuk karya sastra manusia. Sesuai Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 22 Tahun 2006 Berkaitan tentang Standar Isi, menyebutkan bahwa standar kompetensi-kompetensi mata pelajaran bahasa Indonesia merupakan kualifikasi kemampuan minimal bagi siswa yang menggambarkan penguasaan pengetahuan, keterampilan berbahasa, dan budi pekerti luhur untuk bahasa dan sastra indonesia.

Standar kompetensi dalam mata pelajaran bahasa Indonesia menjadi dasar bagi siswa agar dapat memahami dan menanggapi beragam situasi baik untuk tingkat lokal, regional, nasional, maupun internasional. Tujuan mata pelajaran bahasa Indonesia diketahui agar siswa dapat: (Ambarwati, 2011) berinteraksi secara efektif dan efisien dalam mematuhi etika yang berlaku, baik lisan maupun tulisan, (Fahmi, 2017) menghargai dan bangga memanfaatkan bahasa Indonesia sebagai bahasa pemersatu dan bahasa nasional, (Fauziah, 2015) memahami dan memanfaatkan bahasa indonesia secara baik, tepat dan kreatif 2 Writing, untuk berbagai Persuasion. keperluan, (Firdaus, 2022) memanfaatkan bahasa Indonesia agar dapat meningkatkan kemampuan intelektual, serta kematangan emosional dan sosial, (Kristiani, 2017) menikmati karya sastra agar dapat memperluas wawasan, mengasah budi pekerti, serta mengembangkan kemampuan berbahasa, dan (Lestari et al., 2020) menghargai serta membanggakan sastra Indonesia sebagai warisan budaya dan intelektual umat manusia.

Perkembangan pesat pada teknologi dan komunikasi telah membawa perubahan cukup signifikan dalam kehidupan manusia, termasuk pada bagian pendidikan. Salah satu bentuk teknologi komunikasi yang mempunyai dampak signifikan adalah media iklan komersial, yang secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk keterampilan menulis siswa. Dalam pembelajaran di kelas VIII SMP, keterampilan menulis teks persuasi yang menjadi salah satu kompetensi penting dan harus dikuasai oleh siswa. Namun, tantangan muncul dalam mengintegrasikan media iklan sebagai sarana pembelajaran untuk meningkatkan keterampilan tersebut.

Pemanfaatan pembelajaran media dapat dalam mendorong kreativitas siswa dan membantu mereka menghasilkan tulisan yang berkualitas. Hal ini dapat meningkatkan minat dan motivasi siswa dalam mengikuti pembelajaran, terutama dalam materi menulis teks persuasi. Salah satu media yang efektif untuk pembelajaran menulis teks persuasi adalah media iklan. Iklan berisi ajakan atau promosi yang dapat membantu siswa dalam mengembangkan ide, gagasan, dan imajinasi mereka dalam menulis sebuah karya.

Seorang penulis yang akan menulis teks persuasi, seharusnya mempunyai tujuan yang jelas, karena teks ini bertujuan untuk membujuk dan mempengaruhi orang lain agar melakukan sesuatu yang diinginkan penulis. Oleh sebab itu, pemilihan kata yang tepat, penyusunan kalimat yang baik, serta penggunaan ejaan dan tata tulis yang tepat sangat penting dalam menghasilkan teks persuasi yang efektif.

Penelitian ini menarik untuk diteliti dengan menerapkan media iklan sebagai sumber belajar karena iklan komersial menawarkan elemen visual, verbal, dan emosional yang

efektif memotivasi siswa agar berpikir kritis dan kreatif. Media iklan tidak hanya menyajikan informasi tetapi juga berusaha memengaruhi audiens untuk bertindak sesuai dengan pesan yang disampaikan. Hal ini selaras dengan tujuan teks persuasi, yaitu memengaruhi pandangan atau tindakan pembaca. Dengan mengintegrasikan media iklan ke dalam pembelajaran, siswa dapat belajar secara kontekstual dan menyenangkan, sehingga meningkatkan keterampilan literasi mereka, khususnya dalam menulis teks persuasi.

Ketersediaan data, iklan komersial mudah didapatkan melalui media cetak yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pembelajaran. Data terkait kemampuan menulis siswa juga dapat diperoleh dari hasil tugas atau penilaian siswa selama proses pembelajaran berlangsung.

Berdasarkan observasi awal dalam pembelajaran bahasa Indonesia, banyak peserta didik yang merasa bosan dan kurang bersemangat saat menggunakan media pembelajaran berbentuk buku cetak, yang hanya menyajikan teks tanpa didukung elemen visual. Kondisi ini mengakibatkan proses pembelajaran menjadi kurang menarik dan cenderung monoton. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk menerapkan media iklan sebagai media alternatif sumber belajar. Meskipun iklan sering ditemukan dalam buku cetak, media ini memiliki elemen visual yang dapat memotivasi siswa dan membuat pembelajaran lebih dinamis. Dengan memanfaatkan media iklan, diharapkan bisa meningkatkan keterampilan menulis teks persuasi siswa, yang diketahui termasuk kompetensi penting dalam pembelajaran bahasa Indonesia.

Berdasarkan latar belakang di atas. Peneliti termotivasi untuk meneliti lebih dalam terkait dampak media iklan terhadap keterampilan menulis teks persuasi siswa karena sekolah tersebut memiliki potensi yang besar untuk dijadikan objek penelitian. Untuk mengetahui lebih dalam dampak dari media iklan terhadap siswa, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Media Iklan Terhadap Keterampilan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII di SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa".

Metode

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian eksperimen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksperimen murni (True Experimental), yang bertujuan untuk menilai pengaruh perlakuan variabel terhadap variabel lainnya. Design penelitian yang digunakan adalah True Experimental dengan model pretest posttest control group design. Penelitian eksperimen ini dilakukan terhadap dua kelas yaitu kelas eksperimen dan kelas kontrol. Pada kelas eksperimen dilakukan perlakuan (treatment) dengan menerapkan media iklan sebagai sumber belajar sedangkan pada kelas kontrol tidak diberi perlakuan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan lembar observasi, tes, dan dokumensi yang berupa foto-foto kegiatan saat proses penerapan media pembelajaran. Tes yang digunakan berupa soal-soal mengenai media iklan yang diterapkan dalam pembelajaran khususnya materi teks persuasi. Adapun tes yang dilakukan memiliki 2 tahap yaitu: pertama, pretest diberikan kepada kelas eksperimen dan kelas kontrol sebelum adanya treatment, setelah itu diberikan treatment media iklan dalam pembelajaran pada kelas eksperimen sedangkan kelas kontrol hanya diberikan pembelajaran konvensional. Kedua, posttest diberikan kepada kelas eksperimen maupun kelas kontrol setelah dilakukan treatment pada kelas eksperimen.

Instrumen yang digunakan pada penelitian yaitu berupa lembar observasi, modul ajar, dan instrumen tes hasil belajar. Setelah pengumpulan data, data tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif yang berupa tabulasi data dari skor siswa, distribusi frekuensi, histogram, karakteristik, klasifikasi, dan deskripsi ketuntasan, melalui pengolahan perangkat lunak SPSS 30 (Statistical Package for the Social Sciences) for windows. Setelah itu melakukan analisis statistik inferensial yang berupa uji normalitas dengan batasan $p > 0,05$, uji homogenitas dengan batasan $p > 0,05$ dan uji t/hipotesis diterima jika t_{tabel} . Pengolahan data melalui perangkat lunak SPSS 30 (Statistical Package for the Social Sciences) for windows.

Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa Tanpa Menerapkan Media Iklan

Kelas kontrol merupakan kelas yang tidak diberi perlakuan yang berupa penerapan media iklan. Pretest yang dilaksanakan berbentuk penulisan teks persuasi dalam media iklan.

Tabel 1. Klasifikasi hasil *Pretest* menulis persuasi siswa SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa (*pretest*)

No	Hasil (P)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	85 – 100	0	0
2	75 – 84	1	3,3
3	65 – 74	3	10
4	55 – 64	0	0
5	< 54	26	86,7
Jumlah		30	100%

Adapun sajian hasil dari analisis pretest kelas kontrol tersebut, siswa yang memperoleh nilai pada kategori hasil sangat tinggi (0%). Selanjutnya, siswa yang memperoleh nilai pada kategori tinggi sebanyak 1 siswa (3,3%), siswa yang memperoleh nilai sedang sebanyak 3 siswa (10%), siswa yang memperoleh sangat rendah sebanyak 26 siswa (86,7%). Demikian, hanya 1 siswa yang memenuhi standar ketuntasan minimal 75 KKM dari 30 siswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa rendahnya keterampilan menulis persuasi siswa.

Hasil pretest dari kelas eksperimen yang sebanyak 30 siswa. Adapun gambaran yang menunjukkan bahwa tidak ada siswa yang memperoleh nilai 100. Siswa dengan nilai tertinggi 92 sebanyak 2 siswa (6,7%), siswa yang memperoleh nilai sedang 67 sebanyak 4 siswa (13,3%), siswa yang memperoleh nilai sangat rendah sebanyak 24 siswa (80%). Demikian hasil dari karakteristik nilai tersebut, dapat dibuat klasifikasi nilai hasil pretest menulis persuasi siswa sebagai berikut.

Tabel 2. Klasifikasi hasil *Pretest* menulis persuasi siswa SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa

No	Hasil (P)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	85 – 100	0	6,7
2	75 – 84	1	0
3	65 – 74	3	13,3
4	55 – 64	0	0
5	< 54	24	80
Jumlah		30	100%

Adapun sajian hasil dari analisis pretest kelas kontrol tersebut, siswa yang memperoleh nilai pada kategori hasil sangat tinggi sebanyak 2 siswa (6,7%). Selanjutnya, siswa yang memperoleh nilai pada kategori tinggi (0%), siswa yang memperoleh nilai

sedang sebanyak 4 siswa (13,3%); siswa yang memperoleh sangat rendah sebanyak 24 siswa (80%). Demikian, hanya 2 siswa yang memenuhi standar ketuntasan minimal 75 KKM dari 30 siswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa rendahnya keterampilan menulis persuasi siswa.

B. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa dengan Menerapkan Media Iklan Pada Kelas Eksperimen

Kelas eksperimen merupakan kelas yang diberi perlakuan berupa penerapan media iklan. Posttest yang dilaksanakan berbentuk penulisan teks persuasi dalam media iklan.

Sementara itu, hasil posttest dari kelas eksperimen yang sebanyak 30 siswa. Adapun gambaran yang menunjukkan bahwa siswa yang memperoleh nilai 100. Siswa dengan nilai tertinggi 75 sebanyak 1 siswa (3,3%), siswa yang memperoleh nilai sedang 67 sebanyak 3 siswa (10%), siswa yang memperoleh nilai sangat rendah sebanyak 26 siswa (86,7%). Demikian hasil dari karakteristik nilai tersebut, dapat dibuat klasifikasi nilai hasil pretest menulis persuasi siswa sebagai berikut.

Tabel 3. Klasifikasi hasil Posttest eksperimen menulis persuasi siswa SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa

No	Hasil (P)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	85 – 100	3	10
2	75 – 84	13	43,3
3	65 – 74	9	30
4	55 – 64	5	16,7
5	< 54	0	0
Jumlah		30	100%

Adapun sajian hasil dari analisis posttest kontrol tersebut, siswa yang memperoleh nilai pada kategori hasil sangat tinggi sebanyak 3 siswa (10%). Selanjutnya, siswa yang memperoleh nilai pada kategori tinggi 13 siswa (43,3%), siswa yang memperoleh nilai sedang sebanyak 9 siswa (30%); siswa yang memperoleh sangat rendah sebanyak 5 siswa (16,7%). Demikian, 16 siswa yang memenuhi standar ketuntasan minimal 75 KKM dari 30 siswa Hal tersebut menunjukkan bahwa 73.67 belum mencapai kriteria ketuntasan klasikal 75.

Tabel 4. Klasifikasi hasil Posttest eksperimen menulis persuasi siswa SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa

No	Hasil (P)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	85 – 100	22	73,3
2	75 – 84	8	26,7
3	65 – 74	0	0
4	55 – 64	0	0
5	< 54	0	0
Jumlah		30	100%

Adapun sajian hasil dari analisis posttest eksperimen tersebut, siswa yang memperoleh nilai pada kategori hasil sangat tinggi sebanyak 22 siswa (73,3%). Selanjutnya, siswa yang memperoleh nilai pada kategori tinggi 8 siswa (26,7%), siswa yang memperoleh nilai sedang sebanyak 0 siswa (0%); siswa yang memperoleh sangat rendah sebanyak 0 siswa (0%). Demikian, 30 siswa yang memenuhi standar ketuntasan minimal 75 KKM dari 30 siswa Hal tersebut menunjukkan bahwa 100.00 mencapai kriteria ketuntasan klasikal 75.

C. Pengaruh Penerapan Media Iklan Terhadap Keterampilan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa

Analisis data tes menulis teks persuasi pada kelas kontrol dan kelas eksperimen menunjukkan bahwa penerapan media iklan terhadap keterampilan menulis teks persuasi. Hal ini ditentukan melalui uji t sampel menggunakan perhitungan statistik pada program SPSS 30 for Windows. Analisis statistik inferensial bertujuan untuk menjawab hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

1. Uji Normalisasi Data

Data uji normalitas dapat dilihat dari pretest dan posttest bahwa keterampilan menulis teks persuasi pada siswa yaitu salah satu syarat dikatakan bahwa data berdistribusi normal ketika nilai siswa yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah harus lebih besar dari 0,05 (taraf signifikan 5%). Berikut tabel pada hasil uji normalitas pada keterampilan menulis teks persuasi sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Normalisasi

	Statistic	df	Sig.
Pretest Eksperimen	964	30	394
Posttest Eksperimen	952	30	193
Pretest Kontrol	958	30	282
Posttest Kontrol	944	30	119

Berdasarkan uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik inferensial Shapiro-Wilk dengan menggunakan SPSS 30 for windows dengan kriteria jika nilai signifikansi $p > 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal, namun jika signifikansi $p < 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Dari hasil perhitungan uji normalitas data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai lebih besar dari 0,05 sehingga bisa disimpulkan semua data berdistribusi normal.

2. Uji Normalisasi Data

Setelah dilakukan uji normalitas data, kemudian diuji homogenitas. Uji homogenitas dilaksanakan dengan menggunakan bantuan SPSS 30 for windows sehingga dapat dilihat ada atau tidaknya perbedaan dalam varian data dengan kriteria jika signifikansi $> 0,05$ maka dinyatakan variansi populasi adalah sama (homogen), namun jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data dinyatakan variansi populasi adalah tidak sama (tidak homogen). Adapun tabel hasil uji homogenitas keterampilan menulis persuasi siswa dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Homogenitas

	Statistic	df1	df2	Sig.
Based on Mean	2.595	1	58	113
Based on Median	2.181	1	58	145
Based on Median and With adjusted df	2.181	1	51.721	146
Based on trimmed mean	2.501	1	58	119

Berdasarkan hasil perhitungan uji homogenitas dari data *pretest* dan *posttest* di atas menunjukkan bahwa signifikansinya lebih besar dari 0,05, dengan itu dapat dikatakan bahwa signifikansinya lebih besar dari 0,05. Dengan ini dapat dikatakan bahwa data *pretest* dan *posttest* mempunyai varian yang homogen dan tidak memiliki perbedaan varian.

3. Hasil Uji Hipotesis (t-test)

Pengaruh penerapan media iklan terhadap keterampilan menulis teks persuasi bisa diketahui dengan mencari perbedaan skor pretest dan posttest kelas eksperimen sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji-t *pretest* dan *posttest*
Paired Differences
95% Confidence Interval of the Difference
Significance

		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Lower	Upper	T	df	One-Sided p	Two-Sided p
Pair 1	Pretest	-	14.044	2.564	-	-37.756	-	2	<,001	<,001
	Eksperimen	43.00			48.244		16.770	9		
	Posttest	0								
	Eksperimen									

Hasil analisis uji-t data pretest dan posttest keterampilan menulis teks persuasi Tabel 4.23 menunjukkan bahwa nilai t tabel diperoleh adalah 16,770 sedangkan t hitung 2,930, df= 29 dan nilai p adalah 0,001. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan statistik inferensial tersebut dinyatakan bahwa media iklan berpengaruh pada keterampilan menulis teks persuasi. Cara hipotesis penelitian diterima karena nilai thitung > nilai ttabel (16,770 > 2,045).

Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan di SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa dengan populasi seluruh kelas VIII. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 siswa. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan keterampilan menulis teks persuasi siswa dengan menerapkan media iklan sebagai medianya. Selain itu media ini belum pernah diterapkan sebelumnya di sekolah tersebut, sehingga peneliti lebih mudah untuk meningkatkan keterampilan menulis teks persuasi siswa dengan media yang telah diterapkan.

a. Hasil tes keterampilan menulis teks persuasi pada pretest tanpa menerapkan media iklan

Hasil deskripsi dari nilai siswa pada pembelajaran menulis persuasi tanpa menerapkan media iklan yang telah dideskripsikan sebelumnya menunjukkan rata-rata nilai *pretest* yang diperoleh siswa adalah 40.87 yang belum bisa memenuhi kriteria ketuntasan minimal KKM, adapun nilai tertinggi yang diperoleh siswa 75 sebanyak 1 orang dari 30 siswa. Siswa yang mencapai kriteria ketuntasan dalam skala KKM yang ditentukan adalah 75 pada skala penilaian dari 100, demikian penilaian ini peneliti menyimpulkan bahwa nilai yang diperoleh siswa sebelum mengikuti pembelajaran menulis persuasi dengan menerapkan media iklan dikatakan sangat rendah.

b. Hasil deskripsi dari nilai siswa yang diperoleh setelah mengikuti pembelajaran menulis dengan menerapkan media iklan

Hasil menunjukkan adanya peningkatan dalam proses pembelajaran yang dilaksanakan karena dapat dilihat dari nilai yang diperoleh siswa adalah 92,53 dan ini termasuk rata-rata dari nilai posttest yang dapat dikatakan bahwa nilai tersebut tergolong tinggi di mana siswa memperoleh nilai tertinggi adalah 100 dan nilai terendah

adalah 75, dari sebanyak 30 siswa yang melaksanakan tes posttest dan mencapai kriteria ketuntasan minimal KKM, dengann ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa nilai hasil belajar siswa setelah menerapkan media iklan sebagai media pembelajaran telah memenuhi dan efektif diterapkan dalam meningkatkan keterampilan menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa.

c. Media iklan efektif diterapkan dalam pembelajaran menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa

Perbandingan hasil keterampilan kelas eksperimen dan kelas kontrol menunjukkan bahwa nilai thitung > nilai ttabel. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang diajukan diterima.

Pada bagian ini diuraikan temuan yang diperoleh dari hasil analisis data penelitian tentang keterampilan menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa dengan menerapkan media iklan dipaparkan keefektifan media iklan dalam pembelajaran menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa. Setelah melakukan penelitian, terdapat perbedaan antara kelas kontrol dan kelas eksperimen. Perbedaan tersebut terletak pada nilai rata – rata frekuensi, dan presentase perolehan nilai.

Pada kelas kontrol dapat diketahui bahwa siswa yang mendapat nilai pada 85 100 dengan sangat tinggi tidak ada, pada 75-84 dengan kategori tinggi sebanyak 1 siswa (3,3%); pada 65-74 dengan kategori sedang sebanyak 3 siswa (10%); pada 55 64 dengan kategori rendah tidak ada; Sedangkan kategori sangat rendah sebanyak 26 siswa (86,7%). Rata-rata yang diperoleh kelas kontrol adalah 73,67.

Pada kelas eksperimen dapat diketahui bahwa siswa yang mendapat nilai pada interval 85-100 dengan kategori sangat tinggi sebanyak 22 siswa (73,3%); pada 75-84 dengan kategori tinggi sebanyak 8 siswa (26,7%); pada 65-74 dengan sedang tidak ada; pada 55-64 dengan kategori rendah tidak ada, Sedangkan kategori sangat rendah tidak terdapat siswa yang berada pada interval dan kategori tersebut. Rata-rata yang diperoleh kelas eksperimen adalah 92,53 dikategorikan sangat tinggi.

Penelitian ini hasil belajar siswa kelas eksperimen dan kontrol berasal dari distribusi normal dan homogen. Oleh karena itu, digunakan rumus uji t apakah ada perbedaan keterampilan menulis teks persuasi antara yang mendapat perlakuan penerapan media iklan pada kelas eksperimen, dengan kelas kontrol yang tidak mendapat perlakuan.

Dari hasil uji hipotesis diperoleh hasil thitung 16,770 sehingga hipotesis diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan media iklan dalam pembelajaran menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa.

Teori advertising Sihombing (dalam Sufa, 2012: 2) media menyebutkan bahwa, Hal tersebut dapat dikatakan bahwa penerapan media iklan terhadap keterampilan menulis teks persuasi dikatakan efektif apabila disampaikan pada tingkat frekuensi efektif, kemudian memberikan dampak pada pemirsa dalam jumlah efektif. Hal ini dapat dilihat pada hasil posttest siswa yang semakin meningkat, karena penerapan media iklan pada penulisan teks persuasi sangat membantu siswa dalam meningkatkan keterampilan mereka karena visualisasi yang menarik dapat meningkatkan daya imajinasi, memperkuat pemahaman pesan dalam teks persuasi, meningkatkan motivasi belajar siswa serta dapat memperkuat kemampuan berpikir kritis, kreatif siswa dalam menghasilkan teks persuasi, siswa menjadi lebih tertarik dengan pembelajaran, siswa menjadi lebih percaya diri serta menuangkan ide-ide mereka sendiri tanpa rasa takut untuk berpedapat.

Dengan penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan media iklan terhadap keterampilan menulis teks persuasi dikatakan efektif diterapkan dan diimplementasikan terhadap siswa kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama Mandiri Kabupaten Gowa.

Simpulan

1. Keterampilan menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Pesantren Putri Yatama menerapkan Mandiri tanpa media iklan menunjukkan hasil yang signifikan. Adapun temuan mengenai hasil tes keterampilan menulis teks persuasi pada posttest tanpa menerapkan media iklan. Hasil deskripsi dari nilai siswa diperoleh siswa adalah 73,67, yang tergolong rendah dan belum menunjukkan peningkatan.
2. Hasil tes dari keterampilan menulis teks persuasi pada posttest dengan menerapkan media iklan dalam pembelajaran menunjukkan adanya peningkatan dalam proses pembelajaran yang dilaksanakan karena dapat dilihat dari nilai rata rata yang diperoleh siswa adalah 100,00 dan ini termasuk nilai rata rata dari nilai posttest yang dapat dikatakan bahwa nilai tersebut yang tergolong tinggi mengalami peningkatan.
3. Penerapan media iklan terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan menulis teks persuasi siswa. Media iklan yang menarik membantu meningkatkan siswa daya dalam imajinasi, memperkuat kemampuan berpikir kritis dan kreatif, serta memperjelas pemahaman pesan dalam teks persuasi. Selain itu, siswa menjadi lebih tertarik dan percaya diri dalam menuangkan ide-ide mereka.

Daftar Pustaka

- Ambarwati, D. (2011). *Peningkatan Keterampilan Menulis Persuasi Dengan Media Iklan Advertorial pada Siswa Kelas X SMA Negeri 1 Prembun*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fahmi, R. N. (2017). The influence of vocabulary mastery and reading comprehension of argumentation writing skills. *Hortatori: Pendidikan Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(1), 85–91.
- Fauziah, Y. (2015). *Penggunaan Media Iklan dalam Keterampilan Menulis Karangan Persuasi di kelas VIII*. SMP islamiyah ciputat.
- Firdaus, F. (2022). *Kemampuan Menulis Teks Persuasi dengan Menggunakan Media Iklan Pada Siswa Kelas VIII di SMPN 1 Jereweh Tahun Pelajaran 2021 2022* [Doctoral dissertation]. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Kristiani, N. (2017). Analisis Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 24(2).
- Lestari, D., Syambasril, S., & Syahrani, A. (2020). Kemampuan Menulis Teks Persuasif Siswa Kelas VIII SMP Negeri 1 Sayan Kabupaten Melawi. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 9(11).
- Mudlofir, A. (2019). *Desain Pembelajaran Inovatif Dari Teori ke Praktik*. Depok: PT.RajaGrafindo Persada.
- Murtiana, Y., Sulistyono, R., & Widyastuti, N. S. (2020). Peningkatan Aktivitas Belajar Dan Hasil Belajar Pembelajaran Tematik Menggunakan Model Problem Based Learning Pada Kelas Iv Sd Negeri Margomulyo 1. *Jurnal Prosiding Pendidikan Profesi Guru*, 15261535.

- Nur, A. M., & Suryani, L. (2019). Keefektifan Penggunaan Jurnal Harian Melalui Pendekatan Kontekstual dalam Pembelajaran Menulis Karya Ilmiah Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Makassar. *Transformatika: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya*, 3(1), 37–48.
- Rahmadani, D., Irgandi, I., Hafizah, N., & Julia, R. (2024). Kemampuan Menulis Teks Persuasif pada Siswa Kelas IV di SDN 13 Limo Suku Kabupaten Agam. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 4(3), 24–33.
- Samsudin, A. (2012). Peningkatan Kemampuan Menulis Eksposisi Berita dan Menulis Eksposisi Ilustrasi Siswa Kelas V Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Terpadu Membaca Dan Menulis. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 13(2), 1–11.
- Simbolon, J., Haidir, H., & Daulay, I. (2019). Pengaruh Penggunaan Model Kontekstual Terhadap Kemampuan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Muhammadiyah 05 Medan. *Kompetensi*, 12(2).
- Situngkir, W., Sinaga, C. V. R., & Thesalonika, E. (2022). Pengaruh Media Poster Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Pembelajaran Tematik Tema 2 Subtema2 Kelas IV SD Negeri No. 124386 Jl. Pisang. *Pedagogika: Jurnal Pedagogik Dan Dinamika Pendidikan*, 10(2), 199–207.
- Sufa, F., & Munas, B. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Kampus Undip, Tembalang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 266–233.
- Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). Mempertahankan Eksistensi Media Cetak di Tengah Gempuran Media Online. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1(1), 56–64.
- Syamsudin, R. (2021). Buku Keterampilan Berbahasa Indonesia. *Universitas Negeri Makassar*, 56.
- Tabelessy, N. (2019). *Kreativitas Menulis Karangan Persuasi Siswa SMP*. 16(2), 35–46.
- Tarigan, H. (2013). Menulis Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa. *Bandung Angkasa*.
- Tarigan, H. (2015). Membaca Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa. *Bandung Angkasa*.