

## Keterampilan menulis teks persuasi siswa sekolah menengah pertama (SMP): apakah efektif menggunakan media iklan dan media karikatur?

Dewi Nurhadi<sup>1)</sup>, Akmal Hamsa<sup>2)</sup>, Ramly<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Negeri Makassar, Indonesia, d3w1nurhadi@gmail.com, akmalhamsa@gmail.com, ramly84@unm.ac.id

Dikirim 4 Januari 2022, disetujui 20 Februari 2023, diterbitkan 7 Maret 2023

Pengutipan: Nurhadi, D., Hamsa, A. & Ramly. (2022). Keterampilan menulis teks persuasi siswa sekolah menengah pertama (SMP): apakah efektif menggunakan media iklan dan media karikatur? *Gema Wiralodra*, 14(1), 50-60.

### Abstrak

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk (1) mengkaji keterampilan menulis teks persuasi siswa SMP dalam menggunakan media iklan dan media karikatur; dan (2) membuktikan keefektifan penggunaan media iklan dan kakarikatur dalam meningkatkan ketrampilan menulis teks persuasi siswa SMP. Penelitian ini menggunakan *Quasi Eksperimen* bentuk desain *Nonequivalent Control Group Design*. Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa Kelas VIII SMP Negeri 2 Binamu. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *simple random sampling* dengan penentuan sampel secara acak. Sampel yang terpilih, yaitu Kelas VIII<sub>3</sub> dengan menggunakan media iklan dan Kelas VIII<sub>1</sub> dengan menggunakan media karikatur. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa tugas menulis teks persuasi dengan pengumpulan data, yaitu pemberian tugas. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial menggunakan bantuan SPSS *version 20*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) keterampilan menulis teks persuasi dengan menggunakan media iklan siswa Kelas VIII<sub>3</sub> SMP Negeri 2 Binamu berada pada kategori terampil dengan nilai rata-rata 73,65; (2) keterampilan menulis teks persuasi dengan menggunakan media karikatur siswa Kelas VIII<sub>1</sub> SMP Negeri 2 Binamu berada pada kategori cukup terampil dengan nilai rata-rata 60,81; dan (3) keterampilan menulis teks persuasi dengan menggunakan media iklan lebih efektif daripada media karikatur. Hal ini ditunjukkan dari hasil analisis data, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,214 dan nilai  $t_{tabel}$  1,993. Sehingga, dinyatakan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima. Artinya, media iklan lebih efektif daripada media karikatur dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak.

**Kata Kunci:** Ketrampilan menulis teks persuasi, media iklan, media karikatur

### Abstract

This study uses a type of quantitative research that aims to (1) examine the writing skills of the texts of junior high school students in using advertising media and caricature media, and (2) prove the effectiveness of the use of advertising media and caricatures in improving the skills to write the text of the persuasion of junior high school students. This study uses a Quasi-Experimental Design from Nonequivalent Control Group Design. The population of this study was all students of class VIII of SMP Negeri 2 Binamu. Sampling was carried out using a simple random sampling technique by determining the sample randomly. Samples were selected, namely class VIII<sub>3</sub> using advertising media and class VIII<sub>1</sub> using caricature media. The instrument used in this study was the task of writing persuasion text by collecting data, namely the assignment of tasks. The data collected was then analyzed using descriptive statistics and inferential statistics using the assistance of SPSS *version 20*. The results showed that (1) the skills to write persuasion text using the advertising media of class VIII<sub>3</sub> students of SMP Negeri 2 Binamu were in the skilled category with an average value of 73.65; (2) writing skills in persuasion text using the caricature media of class VIII<sub>1</sub> students of SMP Negeri 2 Binamu is in the category quite skilled with an average value of 60.81, and (3) the skills to write persuasion text using advertising media are more effective than caricature media. This is shown from the results of the data analysis, the  $t_{count}$  value is 3.214 and the  $t_{table}$  value is 1.993. So, it is stated that the value of  $t_{count} > t_{table}$ , and the alternative hypothesis ( $H_1$ ) is accepted. That is, advertising media is more effective than caricature media and the zero hypotheses ( $H_0$ ) are rejected.

**Keywords:** Skills to write persuasion text, advertising media, caricature media

## 1. Pendahuluan

Keterampilan berbahasa sangat penting dimiliki oleh manusia, dengan bahasa seseorang dapat mencerminkan pikirannya (Fathoni et al, 2021; Srihayati, 2016). Tidak hanya di lingkungan masyarakat, keterampilan berbahasa juga sangat penting dilakukan di sekolah, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam berbahasa untuk berbagai tujuan dan keperluan. Jika merujuk konteks Kurikulum 2013 dijelaskan bahwa standar kompetensi mata pelajaran Bahasa Indonesia berorientasi pada upaya mengembangkan penguasaan teks melalui keterampilan berbahasa, yang meliputi keterampilan berbahasa dalam menyimak, membaca, berbicara, dan menulis.

Salah satu aspek keterampilan berbahasa yang diajarkan di sekolah menengah pertama (SMP) adalah keterampilan menulis. Menulis memiliki karakter khas dengan sifat aktif, produktif, dan merangkai kata dalam bentuk tulisan (Achyar, 2016; Setiadi, 2017). Konsentrasi dan ketenangan dibutuhkan dalam menulis. Selain itu, kinerja dari berbagai unsur yaitu daya indera penglihatan, daya pikiran harus menyatu dan didukung oleh kelincahan tangan untuk menggerakkan pena (Fakhriyani, 2016). Pada aspek yang lain, keterampilan menulis dapat ditingkatkan melalui pembelajaran bahasa di sekolah. Salah satu bahan pembelajaran yang dapat meningkatkan keterampilan menulis yaitu teks persuasi, di mana jenis teks yang berdaya bujuk atau rayuan yang menyentuh emosional (Wiyanto, 2006: 67).

Penelitian terkait dengan peningkatan keterampilan menulis, telah banyak dilakukan oleh peneliti. Cunandar (2018) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh penerapan bahan ajar berbasis teknik persuasi dalam teks pidato Sukarno terhadap hasil belajar siswa dalam pembelajaran Bahasa Indonesia. Nurnaningsih (2020) menyimpulkan bahwa terdapat peningkatan keterampilan menulis teks anekdot melalui penggunaan media karikatur. Selain itu, penelitiannya Oktrifianty, et al (2020), yang menguji perbedaan media poster dan karikatur dalam meningkatkan keterampilan menulis. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa penggunaan media karikatur lebih efektif dalam membuat karangan deskripsi dengan tema manfaat mengonsumsi ikan.

Walaupun hasil penelitian menunjukkan bahwa keterampilan menulis dapat ditingkatkan dengan menggunakan media tertentu, namun berdasarkan observasi awal dan wawancara terhadap guru dan siswa Kelas VIII SMP Negeri 2 Binamu, diperoleh informasi bahwa keterampilan menulis siswa dalam proses pembelajaran masih rendah. Pembelajaran berpusat pada guru, siswa cenderung pasif. Hal ini memposisikan siswa menjadi pendengar dan tidak mendorong keaktifan siswa. Sehingga menimbulkan kualitas pembelajaran menjadi kurang interaktif. Sementara kualitas pembelajaran lebih baik jika siswa memperoleh kesempatan yang luas untuk saling aktif dalam berbagi informasi. Kesulitan lain yang dihadapi siswa yaitu berupa kurangnya minat dan motivasi siswa dalam pembelajaran menulis di sekolah, dikarenakan kesulitan dalam menuangkan ide atau gagasan dalam tulisan dengan tepat. Siswa menganggap bahwa menulis membutuhkan kelengkapan syarat yang harus dipenuhi, dituntut untuk selalu mengembangkan dan memperbanyak penguasaan kosakata sehingga menjadi beban moril bagi mereka.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dan permasalahan tersebut, yang membuat peneliti tertarik untuk mengkaji keterampilan menulis, dengan menggunakan media iklan dan media karikatur dalam pembelajaran menulis teks persuasi. Alasan menggunakan media iklan karena merupakan salah satu media komunikasi untuk menyampaikan sebuah pesan atau maksud berupa barang atau jasa yang ditawarkan kepada pembaca secara langsung (Hasan, et al, 2003). Selain itu, alasan menggunakan media karikatur karena menurut Sadiman (2018: 49) gambar karikatur dapat menyampaikan pesan pada pembaca secara ringkas dalam menyikapi situasi dan kejadian-kejadian tertentu. Selain itu, menurut Sufani

(2012) mengatakan bahwa karikatur adalah gambar sederhana yang dilengkapi dengan tulisan yang berisi sindiran, pesan, olok-olok, kritik, dan sebagainya (Nurnaningsih, 2020).

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan tersebut, maka peneliti perlu melakukan penelitian untuk membuktikan tentang keefektifan media iklan dan media karikatur pada mata pelajaran bahasa Indonesia, khususnya dalam pembelajaran menulis teks persuasi.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan model eksperimen semu (*quasi experimental*), bertujuan untuk membuktikan keefektifan media iklan daripada media karikatur dalam pembelajaran menulis teks. Namun tidak dapat mengontrol variabel luar yang ikut berpengaruh terhadap terbentuknya variabel dependen (Sugiyono, 2014: 114). Desain penelitian merupakan rancangan bagaimana penelitian dilaksanakan. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonequivalent Control Group Design*. Dalam desain ini, terlebih dahulu sampel diberikan tes awal, lalu diberikan perlakuan pada Kelas (VIII<sub>3</sub>) dengan menggunakan media iklan dan media karikatur pada Kelas (VIII<sub>1</sub>) diakhir pembelajaran sampel diberikan tes akhir. Desain ini digunakan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai yaitu ingin membuktikan penggunaan media iklan dan media karikatur dalam pembelajaran menulis teks persuasi. Model desain penelitian *Nonequivalent Control Group Design* adalah sebagai berikut:

Tabel 1

Desain Penelitian

| Kelas                   | Tes awal         | Perlakuan      | Tes akhir        |
|-------------------------|------------------|----------------|------------------|
| Kelas VIII <sub>3</sub> | Y <sub>1.1</sub> | X <sub>1</sub> | Y <sub>1.2</sub> |
| Kelas VIII <sub>1</sub> | Y <sub>2.1</sub> | X <sub>2</sub> | Y <sub>2.2</sub> |

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan siswa Kelas VIII SMP Negeri 2 Binamu Kabupaten Jeneponto dengan jumlah 286 siswa yang tersebar dalam delapan kelas yaitu VIII<sub>1</sub> – VIII<sub>8</sub>. Adapun penelitian ini dilakukan dengan teknik *simple random sampling* yang dilakukan dengan cara mengundi atau secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2014: 120). Teknik *random sampling* digunakan ketika populasi cenderung homogen. Dari hasil pengundian itu diperoleh Kelas VIII<sub>3</sub> dan Kelas VIII<sub>1</sub> yang berjumlah 74 siswa. Namun kondisi saat ini dengan adanya wabah Virus Corona, yang mengharuskan untuk menjaga jarak, maka pembelajaran dilakukan secara berkelompok, yang di mana Kelas VIII<sub>3</sub> yang terdiri dari 37 siswa dibagi menjadi dua kelompok yaitu Kelas VIII<sub>3.A</sub> terdiri dari 19 siswa dan Kelas VIII<sub>3.B</sub> terdiri dari 18 siswa, sama halnya dengan Kelas VIII<sub>1</sub> yang terdiri dari 37 siswa dibagi menjadi dua kelompok yaitu Kelas VIII<sub>1.A</sub> terdiri dari 19 siswa dan Kelas VIII<sub>1.B</sub> terdiri dari 18 siswa dengan pembelajaran yang sama. Selanjutnya, pada penelitian ini pengolahan data kuantitatif terbagi dua yaitu; analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial (uji normalitas, uji homogenitas, dan uji hipotesis) dibantu SPSS 20.

## 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Analisis Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi Sebelum Diberikan Perlakuan

Nilai yang diperoleh pada Kelas VIII<sub>3</sub> adalah hasil keterampilan menulis teks persuasi siswa yang berjumlah 37 orang. Nilai tersebut diperoleh sebelum diberikan perlakuan media iklan dalam menulis teks persuasi, penilaian berdasarkan indikator dengan dua orang penilai. Nilai hasil keterampilan menulis teks persuasi dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2

*Distribusi Frekuensi dan Presentase Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi Kelas VIII<sub>3</sub> Sebelum Diberikan Perlakuan*

|       | Frekuensi | Persen |
|-------|-----------|--------|
|       | 31        | 2      |
|       | 38        | 4      |
|       | 44        | 5      |
|       | 50        | 3      |
|       | 56        | 2      |
| Valid | 63        | 7      |
|       | 69        | 3      |
|       | 75        | 5      |
|       | 81        | 2      |
|       | 88        | 3      |
|       | 94        | 1      |
| Total | 37        | 100.0  |

Nilai Tabel 2 di atas, menunjukkan perolehan nilai siswa yaitu 94 diperoleh satu orang siswa (2,7%), nilai 88 diperoleh tiga orang siswa (8,1%), nilai 81 diperoleh dua orang siswa (5,4%), nilai 75 diperoleh lima orang siswa (13,5%), nilai 69 diperoleh tiga orang siswa (8,1%), nilai 63 diperoleh tujuh orang siswa (18,9%), nilai 56 diperoleh dua orang siswa (5,4%), nilai 50 diperoleh tiga orang siswa (8,1%), nilai 44 diperoleh lima orang siswa (13,5%), nilai 38 diperoleh empat orang siswa (10,8%) dan nilai 31 diperoleh dua orang siswa (5,4%). Hasil analisis nilai tersebut diperoleh distribusi nilai hasil keterampilan menulis teks persuasi sebelum menerapkan media iklan. Untuk lebih jelasnya, distribusi nilai disajikan dalam pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3

*Distribusi Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII<sub>3</sub> Sebelum Diberikan Perlakuan*

|                        | Statistic             |
|------------------------|-----------------------|
| N                      | Valid 37<br>Missing 0 |
| Mean                   | 60.30                 |
| Std. Error of Mean     | 2.878                 |
| Median                 | 62.50                 |
| Mode                   | 63                    |
| Std. Deviation         | 17.506                |
| Variance               | 306.459               |
| Skewness               | .062                  |
| Std. Error of Skewness | .388                  |
| Range                  | 63                    |
| Minimum                | 31                    |
| Maximum                | 94                    |
| Sum                    | 2231                  |

Nilai dari Tabel 3 tersebut diperoleh nilai rata-rata hasil keterampilan menulis siswa bernilai 60,30, median atau titik tengah bernilai 62,50, nilai range bernilai 63, nilai yang sering muncul bernilai 63, nilai minimum bernilai 31, dan nilai maximum bernilai 94. Analisis

nilai di atas kemudian ditransformasikan ke dalam klasifikasi keterampilan menulis teks persuasi sebelum menerapkan media iklan disajikan dalam Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4

*Klasifikasi Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII<sub>3</sub> Sebelum Diberikan Perlakuan*

| Interval Nilai | Frekuensi | Persentase (%) | Kategori        |
|----------------|-----------|----------------|-----------------|
| 86-100         | 4         | 4,5%           | Sangat terampil |
| 76-85          | 2         | 5,4%           | Terampil        |
| 56-75          | 17        | 45,9%          | Cukup terampil  |
| 10-55          | 14        | 37,8%          | Kurang terampil |

Berdasarkan Tabel 4 klasifikasi nilai keterampilan menulis teks persuasi sebelum menerapkan media iklan menunjukkan bahwa 4 siswa mendapatkan kategori sangat terampil (4,5%), 2 orang mendapatkan kategori terampil (5,4%), 17 orang mendapatkan kategori cukup terampil (45,9%), dan 14 orang mendapatkan kategori kurang terampil (37,8%).

#### **Analisis Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi Sebelum diberikan Perlakuan (Y<sub>2.1</sub>) Pada Kelas VIII<sub>1</sub>**

Data yang diperoleh pada Kelas VIII<sub>1</sub> adalah hasil keterampilan menulis teks persuasi siswa yang berjumlah 37 orang. Nilai tersebut diperoleh sebelum diberikan perlakuan media karikatur dalam menulis teks persuasi. Nilai hasil keterampilan siswa dalam menulis teks persuasi dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5

*Distribusi Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII<sub>1</sub> Sebelum Diberikan Perlakuan*

|                        |         | Statistic |
|------------------------|---------|-----------|
| N                      | Valid   | 37        |
|                        | Missing | 0         |
| Mean                   |         | 52.53     |
| Std. Error of Mean     |         | 2.981     |
| Median                 |         | 50.00     |
| Mode                   |         | 63        |
| Std. Deviation         |         | 18.130    |
| Variance               |         | 328.688   |
| Skewness               |         | .178      |
| Std. Error of Skewness |         | .388      |
| Range                  |         | 63        |
| Minimum                |         | 25        |
| Maximum                |         | 88        |
| Sum                    |         | 1944      |

Nilai dari Tabel 5 tersebut dapat diketahui bahwa diantara 37 siswa diberi tes, nilai rata-rata 52,53, median atau titik tengah bernilai 50, nilai yang sering muncul bernilai 63, nilai range bernilai 63, nilai minimum bernilai 25, dan nilai maximum bernilai 88. Analisis data tersebut dapat ditransformasikan ke dalam klasifikasi keterampilan menulis teks persuasi sebelum menerapkan media karikatur disajikan dalam Tabel 6 berikut ini.

Tabel 6

*Klasifikasi Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi siswa Kelas VIII<sub>1</sub> Sebelum Diberikan Perlakuan*

| Interval Nilai | Frekuensi | Persentase (%) | Kategori        |
|----------------|-----------|----------------|-----------------|
| 86-100         | 2         | 5,4%           | Sangat terampil |
| 76-85          | 1         | 2,7%           | Terampil        |
| 56-75          | 15        | 40,5%          | Cukup terampil  |
| 10-55          | 19        | 51,3%          | Kurang terampil |

Berdasarkan Tabel 6 klasifikasi nilai keterampilan menulis teks persuasi sebelum menerapkan media karikatur menunjukkan bahwa 2 siswa mendapatkan kategori sangat terampil (5,4%), 1 siswa mendapatkan kategori terampil (2,7%), 15 siswa mendapatkan kategori cukup terampil (40,5%), dan 19 siswa mendapatkan kategori kurang terampil (51,3%).

#### **Analisis Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi) Setelah diberikan Perlakuan (Y<sub>1.2</sub>) Pada Kelas VIII<sub>3</sub>**

Nilai yang diperoleh dari hasil menulis teks persuasi setelah diberikan perlakuan pada Kelas VIII<sub>3</sub> dengan jumlah siswa sebanyak 37 orang diperoleh gambaran yaitu: Dari 37 orang tidak ada siswa yang memperoleh nilai maksimal 100. Penilaian diberikan berdasarkan indikator penilaian yang diberikan oleh dua penilai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 7 berikut ini.

Tabel 7

*Distribusi Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII<sub>3</sub> Setelah Diberikan Perlakuan*

|                        |         | Statistic |
|------------------------|---------|-----------|
| N                      | Valid   | 37        |
|                        | Missing | 0         |
| Mean                   |         | 73.65     |
| Std. Error of Mean     |         | 1.984     |
| Median                 |         | 75.00     |
| Mode                   |         | 81        |
| Std. Deviation         |         | 12.070    |
| Variance               |         | 145.693   |
| Skewness               |         | .190      |
| Std. Error of Skewness |         | .388      |
| Range                  |         | 44        |
| Minimum                |         | 50        |
| Maximum                |         | 94        |
| Sum                    |         | 2725      |

Nilai Tabel 7 tersebut dapat diketahui bahwa diantara 37 siswa diberi tes, diperoleh nilai rata-rata hasil keterampilan menulis teks persuasi bernilai 73,65, median atau titik tengah bernilai 75, nilai yang sering muncul 81, nilai range 44, nilai minimum 50, dan nilai maximum bernilai 94. Analisis nilai tersebut kemudian ditransformasikan ke dalam klasifikasi keterampilan menulis teks persuasi setelah menerapkan media iklan disajikan dalam Tabel 8 berikut ini.

Tabel 8

*Klasifikasi Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII<sub>3</sub> Setelah Diberikan Perlakuan*

| Interval Nilai | Frekuensi | Persentase (%) | Kategori        |
|----------------|-----------|----------------|-----------------|
| 86-100         | 7         | 18,9%          | Sangat terampil |
| 76-85          | 8         | 21,6%          | Terampil        |
| 56-75          | 20        | 54%            | Cukup terampil  |
| 10-55          | 2         | 5,4%           | Kurang terampil |

Berdasarkan Tabel 8 klasifikasi nilai keterampilan menulis teks persuasi setelah menerapkan media iklan menunjukkan bahwa tujuh orang siswa mendapatkan kategori sangat terampil (18,9%), delapan orang siswa mendapatkan kategori terampil (21,6%), 20 orang siswa mendapatkan kategori cukup terampil (54%), dan dua orang siswa mendapatkan kategori kurang terampil (5,4%).

#### **Analisis Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi Setelah Diberikan Perlakuan (Y<sub>2.2</sub>) Pada Kelas VIII<sub>1</sub>**

Nilai yang diperoleh dari hasil keterampilan menulis teks persuasi setelah diberikan perlakuan yaitu; dari 37 orang tidak ada siswa yang memperoleh nilai maksimal 100. Penilaian diberikan berdasarkan indikator penilaian yang diberikan oleh dua penilai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9

*Distribusi Nilai Keterampilan Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII<sub>1</sub> Setelah Diberikan Perlakuan*

|                        |         | Statistic |
|------------------------|---------|-----------|
| N                      | Valid   | 37        |
|                        | Missing | 0         |
| Mean                   |         | 60.81     |
| Std. Error of Mean     |         | 2.559     |
| Median                 |         | 56.25     |
| Mode                   |         | 75        |
| Std. Deviation         |         | 15.566    |
| Variance               |         | 242.293   |
| Skewness               |         | .064      |
| Std. Error of Skewness |         | .388      |
| Range                  |         | 56        |
| Minimum                |         | 31        |
| Maximum                |         | 88        |
| Sum                    |         | 2250      |

Nilai dari Tabel 9 tersebut dapat diketahui bahwa diantara 37 siswa diberi tes diperoleh nilai rata-rata 60,81, nilai median 56,25, nilai yang sering muncul adalah 75, nilai range 56, nilai minimum 31, dan nilai maximum bernilai 88. Analisis data tersebut ditransformasikan ke dalam klasifikasi keterampilan menulis teks persuasi setelah menerapkan media karikatur disajikan dalam Tabel 10 berikut ini.

Tabel 10

*Klasifikasi Nilai Keterampilan Menulis Tesk Persuasi Siswa Kelas VIII<sub>1</sub> Setelah Diberikan Perlakuan*

| Interval Nilai | Frekuensi | Persentase (%) | Kategori        |
|----------------|-----------|----------------|-----------------|
| 86-100         | 3         | 8,1%           | Sangat terampil |
| 76-85          | 2         | 5,4%           | Terampil        |
| 56-75          | 19        | 51,3%          | Cukup terampil  |
| 10-55          | 13        | 35,1%          | Kurang terampil |

Tabel 10 klasifikasi nilai keterampilan menulis teks persuasi setelah menerapkan media karikatur menunjukkan bahwa 3 orang siswa mendapatkan kategori sangat terampil (8,1%), 2 orang siswa mendapatkan kategori terampil (5,4%), 19 orang siswa mendapatkan kategori cukup terampil (51,3%), dan 13 orang siswa mendapatkan kategori kurang terampil (35,1).

### **Analisis Statistik Inferensial**

Berdasarkan hasil analisis nilai keterampilan menulis teks persuasi yang dilakukan pada kelas VIII<sub>3</sub> dengan menggunakan media iklan dan kelas VIII<sub>1</sub> dengan menggunakan media karikatur dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan signifikan antara yang menggunakan media iklan dengan media karikatur dalam pembelajaran menulis teks persuasi siswa. Dalam menganalisis pembelajaran menulis teks persuasi setelah adanya perlakuan, maka digunakan analisis statistik inferensial. Hasil analisis statistik inferensial dimaksudkan untuk menjawab hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Sebelum itu, terlebih dahulu dilakukan beberapa pengujian persyaratan analisis, yaitu sebagai berikut.

### **Uji Hipotesis (t)**

Penggunaan dua media pembelajaran yang berbeda pada dua kelas, yaitu Kelas VIII<sub>3</sub> menggunakan media iklan dan Kelas VIII<sub>1</sub> menggunakan media karikatur pada pembelajaran menulis teks persuasi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan yang signifikansi antara hasil keterampilan menulis teks persuasi pada Kelas VIII<sub>3</sub> dan Kelas VIII<sub>1</sub>. Selain itu, analisis ini dimaksudkan untuk membuktikan media iklan lebih efektif daripada media karikatur dalam pembelajaran menulis teks persuasi siswa Kelas VIII SMP Negeri 2 Binamu, maka dilakukan analisis statistik inferensial jenis uji-t independen. Adapun hipotesis pengujian penelitian ini, yaitu :

Hipotesis alternatif ( $H_1$ ) : Media iklan lebih efektif daripada media karikatur

Hipotesis nol ( $H_0$ ) : Media iklan tidak efektif daripada media karikatur.

Kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut: Hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima apabila nilai  $t_{hitung} \geq$  nilai  $t_{tabel}$ . Sebaliknya, ( $H_1$ ) ditolak apabila nilai  $t_{hitung} <$  nilai  $t_{tabel}$ . Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan uji-t dengan bantuan sistem *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 20.0. Hasil uji-t untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 11.



Tabel 11  
Hasil Uji-t

|          | Levene's Equality of Variances | Test of | t-test for Equality of Means |      |       |       |                 |                 |                       |   |        |
|----------|--------------------------------|---------|------------------------------|------|-------|-------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|--------|
|          |                                |         | F                            | Sig. | T     | df    | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |        |
|          |                                |         |                              |      |       |       |                 |                 | Lower                 | Upper                                     |        |
| NILAI_PS | Equal variances assumed        |         | 3.419                        | .069 | 3.214 | 65    | .002            | -11.064         | 3.443                 | -17.940                                   | -4.188 |
|          | Equal variances not assumed    |         |                              |      | 3.214 | 64.74 | .002            | -11.064         | 3.346                 | -17.747                                   | -4.381 |

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,214 dan nilai  $t_{tabel}$  1,993. Hal ini menyatakan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak sehingga dikatakan media iklan lebih efektif dalam pembelajaran menulis teks persuasi daripada media karikatur. Dengan demikian, media iklan efektif diterapkan dalam pembelajaran menulis teks persuasi.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang pertama yaitu, hasil keterampilan menulis teks persuasi siswa pada Kelas VIII<sub>3</sub> setelah diberi perlakuan dengan menggunakan media iklan berada pada kategori terampil, siswa dinilai antusias dan fokus menyaksikan tayangan dari media iklan tersebut, melalui peran dan pesan atau informasi yang dapat memengaruhi sikap siswa terhadap media iklan yang ditonton.

Hasil keterampilan menulis teks persuasi untuk penilaian ciri struktur teks persuasi yaitu, terdapat pengenalan isu terkait dengan masalah yang menjadi dasar tulisan, disertai dengan rangkaian argumen yang didasari dengan bukti-bukti, pemilihan kata saling berkaitan, meyakinkan dan mengandung kalimat ajakan dan segi ciri kebahasaan teks persuasi, siswa dinilai dapat menuliskan pernyataan-pernyataan yang mengandung dorongan, ajakan atau sejenisnya, menggunakan kata-kata teknis yang berkenaan dengan topik dan menggunakan kata-kata penghubung yang argumentatif, meski masih terdapat beberapa hasil menulis siswa yang tidak mengandung kalimat argumentatif di dalam tulisan.

Meningkatnya hasil yang dicapai siswa dalam pembelajaran menulis teks persuasi tidak terlepas dari peran media iklan dalam pengajaran. Media iklan memiliki unsur persuasi sangat dekat kehidupan masyarakat dan sangat familiar dengan kehidupan. Saat sedang menonton televisi, menonton youtube, membuka aplikasi, brosur-brosur yang diberikan di jalan dan lainnya., semua hal tersebut merupakan iklan yang digunakan para pembuat iklan agar dapat menarik khalayak untuk membeli suatu produk.

Menurut Jaiz (2013: 3) iklan berisi pesan yang bersifat kreatif dan persuasi dengan menawarkan suatu produk yang ditunjukkan melalui media khusus, bertujuan untuk mempromosikan barang atau jasa agar khalayak ingin membeli produk yang dibuat melalui media, menurut Wright (Astuti: 2017) mengatakan iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan serta gagasan melalui media dalam bentuk persuasi. Hal ini membuktikan bahwa media iklan sering digunakan untuk mempromosikan suatu barang atau jasa.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhsyanur (2012) dengan judul "Peningkatan Kualitas Pembelajaran Menulis Paragraf Persuasi Melalui Penggunaan Media Iklan Layanan Masyarakat Pada Siswa Kelas X-2 SMA Negeri 1 Takkalallla Kabupaten Wajo". Hasil

penelitian menunjukkan peningkatan yang signifikan dari siklus I ke siklus II, mengalami peningkatan sebesar 95% yang sebelumnya hanya mencapai 45%.

Penelitian oleh Aditya (2018) berjudul “Komunikasi Persuasi dalam Iklan Politik Pilkada Pasangan Cagub dan Cawagub Melalui Media Facebook” menunjukkan kedua paslon mengajak dan mempromosikan diri dalam hal ini menggunakan komunikasi persuasi agar dapat terpilih.

Penggunaan media iklan yang diberikan dalam pembelajaran, mampu menjadi perantara penyampaian pesan yang sesuai dengan topik yang disajikan, yaitu “Patuhi Protokol Kesehatan”. Melalui penyampaian pesan persuasi dan sugesti positif yang diberikan melalui tayangan media iklan tersebut, dinilai dapat membangun kreatif, motivasi untuk menafsirkan atau mengemukakan hal-hal yang terkandung di dalamnya, serta dapat menuangkannya dalam bentuk rangkaian kata-kata yang disusun menjadi teks persuasi.

Hasil penelitian yang kedua yaitu, media karikatur yang digunakan dalam pembelajaran menulis teks persuasi siswa Kelas VIII<sub>1</sub> dengan jumlah 37 siswa. Hasil keterampilan menulis teks persuasi yang diperoleh siswa setelah menggunakan media karikatur dalam pembelajaran berada pada kategori cukup terampil. Siswa mampu menulis teks persuasi dengan memenuhi ciri struktur teks persuasi yaitu, terdapat pengenalan isu, terdapat rangkaian argumen meski masih terdapat siswa yang tidak memberikan fakta-fakta yang dapat memperkuat argumen dan juga tidak terdapat kalimat penegasan kembali atas pernyataan-pernyataan sebelumnya. Dari segi pemilihan kata yang mengandung ajakan berada pada kategori terampil, siswa mampu menggunakan kalimat ajakan seperti ayo, mari, dengan demikian dan lainnya. Sedangkan, dari segi ciri kebahasaan, siswa mampu menuliskan kalimat teknis yang sesuai dengan topik, namun masih terdapat siswa yang tidak dapat menggunakan kalimat penghubung yang argumentatif, mereka masih meragukan penggunaan kalimat argumentatif yang akan digunakan sesuai atau logis di dalam teks. Pada aspek kesesuaian ciri kebahasaan berada pada kategori cukup terampil.

Hasil pengamatan pada Kelas VIII<sub>1</sub> selama proses pembelajaran, menunjukkan bahwa sebagian siswa kurang tertarik, kurang antusias selama proses pembelajaran dengan menggunakan media karikatur. Hal tersebut dapat dilihat pada proses pembelajaran yang diterapkan. Saat siswa diminta menganalisis berdasarkan ilustrasi media karikatur yang dipaparkan di depan kelas, mereka memerlukan waktu, hanya mampu membayangkan namun belum mampu menuangkan ide ke dalam tulisan. Hal ini disebabkan karikatur merupakan bentuk gambar yang hanya berbentuk sindiran, kritikan, dan hiburan (Susanto, 2016: 79). Sejalan dengan itu, menurut Wuryanto (2020: 18) mengatakan bahwa karikatur merupakan penggambar suatu objek dengan melebih-lebihkan, dengan hal itu, siswa merasa kesulitan dalam menuangkan ide untuk dikembangkan ke dalam bentuk tulisan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media karikatur belum mampu meningkatkan motivasi, kreatif dan menuangkan ide yang tersirat dari topik yang berkaitan dengan penyajian media karikatur untuk dituangkan ke dalam bentuk tulisan.

Hasil penelitian yang ketiga yaitu, hasil analisis data statistik terhadap hasil keterampilan menulis teks persuasi menunjukkan bahwa penggunaan media iklan lebih efektif digunakan dalam pembelajaran menulis teks persuasi. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata hasil keterampilan menulis teks persuasi setelah diberikan perlakuan pada Kelas VIII<sub>3</sub> dengan menggunakan media iklan lebih tinggi yaitu sebesar 73,65 daripada hasil keterampilan menulis teks persuasi pada Kelas VIII<sub>1</sub> dengan menggunakan media karikatur yaitu sebesar 60,81.

Keefektifan penggunaan media iklan dalam pembelajaran menulis teks persuasi dalam penelitian ini diketahui dengan uji-t. Hasil perhitungan diperoleh bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,214 dan nilai  $t_{tabel}$  1,993. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis

alternatif ( $H_1$ ) diterima. Artinya media iklan lebih efektif daripada media karikatur, dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Kesimpulan dari pembuktian tersebut adalah media iklan lebih efektif daripada media karikatur. Hal ini didasari bahwa media iklan terdapat unsur persuasi sebagai sarana komunikasi untuk mengantarkan pesan sedangkan media karikatur berbentuk gambar tidak berimbang, memiliki ciri khas objek wajah yang bersifat menghibur.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya dengan temuan yang dilakukan oleh Harista (2017) dengan judul “Penggunaan Bahasa Persuasi di Media Sosial dalam Berdakwah pada Akun Facebook Yusuf Mansur (*official*)” menunjukkan bahasa persuasi yang digunakan oleh Ustaz Yusuf Mansur dapat mengubah cara berpikir, memberikan manfaat, menyejukkan hati, mengajak kepada kebaikan. Sejalan dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Permatasari, et al (2019) berjudul “Studi Persuasi: Analisis Terhadap Kampanye Kementerian Kesehatan Cegah, Obati, Lawan Diabetes Melalui Youtube”. Menunjukkan dari hasil wawancara yang dilakukan dari beberapa responden. Masyarakat menunjukkan ketertarikan, memberikan pelajaran kepada masyarakat, memudahkan untuk ditonton di mana saja melalui media, dan memberikan informasi atau himbauan kepada masyarakat untuk menjaga kesehatan agar dapat terhindar dari penyakit diabetes. Selain itu, penelitian oleh Gumelar (2018) berjudul “Persuasi Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik Melalui Narasi dan Persepsi Resiko”. Menunjukkan dengan adanya penyampaian informasi mampu meminimalisir penggunaan kantong plastik, memberikan kontribusi berupa literasi kepada masyarakat mengenai pengurangan penggunaan kantong plastik yang dapat meningkatkan perilaku ramah lingkungan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian mengenai media karikatur telah dilakukan oleh Nurrahmayani (2016) dengan judul “Keefektifan Penggunaan Media Karikatur dalam Pembelajaran Menulis Paragraf Argumentasi pada Siswa Kelas X SMA Negeri 1 Bontoramba Kabupaten Jeneponto”. Menunjukkan bahwa nilai keefektifan penggunaan media karikatur pada pembelajaran menulis paragraf argumentasi pada kelompok eksperimen sebesar 6,50 dan pada kelompok kontrol sebesar 2,21. Hal ini menunjukkan bahwa media karikatur yang diberikan efektif dalam pembelajaran. Perbedaan dari penelitian peneliti yaitu, Nurrahmayani hanya menggunakan satu media dan materi pembelajaran yang diberi berbeda, maka hasil penelitian yang dilakukan juga berbeda.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan hasil penelitian yaitu; (1) keterampilan menulis teks persuasi dengan menggunakan media iklan siswa kelas VIII<sub>3</sub> SMP Negeri 2 Binamu berada pada kategori terampil dengan nilai rata-rata 73,65; (2) keterampilan menulis teks persuasi dengan menggunakan media karikatur siswa Kelas VIII<sub>1</sub> SMP Negeri 2 Binamu berada pada kategori cukup terampil dengan nilai rata-rata 60,81; (3) penggunaan media iklan lebih efektif daripada media karikatur dalam pembelajaran menulis teks persuasi. Hal ini ditunjukkan dari hasil analisis data, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,214 dan nilai  $t_{tabel}$  1,993. Sehingga dinyatakan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima. Artinya, media iklan lebih efektif daripada media karikatur dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut. (1) hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam pengembangan dan penerapan pengajaran pembelajaran Bahasa Indonesia, terkhusus keterampilan menulis; (2) hasil penelitian ini secara umum memfokuskan pada satu tema yang sesuai dengan kondisi saat ini. Diharapkan peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan tema yang berbeda.

## 5. Daftar Pustaka

- Achyar, M. (2016). Metode cepat untuk belajar kitabah bahasa arab di MTs Baiturrahman NW Pemepek Lombok Tengah. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 12(1), 56-65. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v12i1.2407>
- Aditya, E., Priowidodo, G., & Indrayani, I. I. (2018). Komunikasi persuasi dalam iklan politik pilkada pasangan cagub dan cawagub melalui media Facebook. *Jurnal e-Komunikasi*, 6(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/8336/7530>
- Astuti S.P. (2017). Persuasi dalam wacana iklan. *Jurnal Nusa*, 12(1), 38-45. <https://doi.org/10.14710/nusa.12.1.38-45>
- Cunandar, D., Manan, N. A., & Muhafidin, M. (2018). Bahan ajar berbasis teknik persuasi dalam teks pidato soekarno dan implementasinya terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. *Educator*, 4(2), 117-112. <http://jurnal.upmk.ac.id/index.php/educater/article/view/410/275>
- Fakhriyani, D.V. (2016). Pengembangan kreativitas anak usia dini. *Wacana Didaktika*, 4(2), 193-200. <https://core.ac.uk/download/pdf/228983994.pdf>
- Fathoni, T., Asfahani, A., Munazatun, E., & Setiani, L. (2021). Upaya peningkatan kemampuan public speaking pemuda sragi ponorogo. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(1), 23-32. <https://doi.org/10.37680/amalee.v2i1.581>
- Gumelar, G. (2018). Persuasi pengurangan penggunaan kantong plastik melalui narasi dan persepsi resiko. *Aspikom*, 3(4), 650-661
- Hasan, A et al. (2003). Tata bahasa Baku Indonesia (edisi ketiga). Jakarta: Balai Pustaka.
- Harista, E. (2017). Penggunaan bahasa persuasi di media sosial dalam berdakwah pada akun facebook 'Yusuf Mansur (Official)'. *Mawa Izh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 8(2), 308-324. <https://doi.org/10.32923/maw.v8i2.778>
- Jaiz, M. (2013). Dasar-Dasar Periklanan Cetak ke I. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhsyanur. (2012). Peningkatan kualitas pembelajaran menulis paragraf persuasi melalui penggunaan media iklan layanan masyarakat pada siswa kelas X.2 SMAN 1 Takalalla Kabupaten Wajo. Tesis: PPs UNM Makassar.
- Nurrahmayani. (2016). Keefektifan penggunaan media karikatur dalam pembelajaran menulis paragraf argumentasi pada siswa Kelas X SMA Negeri 1 Bontoramba Kabupaten Jeneponto. Tesis. Makassar: PPs UNM.
- Nurnaningsih, L. A. (2020). Peningkatan keterampilan menulis teks anekdot dengan media karikatur. *Sarasvati*, 2(2), 162-176. <https://doi.org/10.30742/sv.v2i2.1086>

- Nurrahmayani. (2016). Keefektifan penggunaan media karikatur dalam pembelajaran menulis paragraf argumentasi pada siswa Kelas X SMA Negeri 1 Bontoramba Kabupaten Jeneponto. Tesis. Makassar: PPs UNM.
- Oktrifianty, E., Zulela, M. S., & Boeriswati, E. (2020). The effect of anxiety on narrative writing skills. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 2(5).
- Permatasari, Y., Bernadette, S., & Kusumawardhana, I. (2021). Studi Persuasi: Analisis Terhadap Kampanye Kementerian Kesehatan “Cegah, Obati, Lawan Diabetes” Melalui YouTube. *Populis: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4(2), 356-370. <http://journal.unas.ac.id/populis/article/view/695/869>
- Sadiman, A.S, et al. (2018). Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatan. Jakarta: PT Raja Grafindo Perdasa.
- Setiadi, S. (2017). Peningkatan keterampilan kitabah arabiyah mahasiswa melalui metode tutor sebaya. *Jurnal Al Bayan: Jurnal Jurusan Pendidikan Bahasa Arab*, 9(1), 31-39.
- Srihayati, H. (2016). Penerapan Metode Bermain Perandalam Meningkatkan Kemampuan Berbahasaanak Usia 5-6 Tahun Di Tk Kartika 1-4 Pekanbaru. *Primary: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 5(1), 115-124. <http://dx.doi.org/10.33578/jpkip.v5i1.3686>
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Susanto, A. (2016). Teori Belajar dan Pembelajaran. Jakarta: Prenada Media Group.
- Wiyanto, A. (2006). Terampil Menulis Paragraf. Jakarta: Grasindo.
- Wuryanto, I. (2020). Katakana dengan karikatur. Jawa Barat: CV Jejak IKAPI.