

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kurikulum adalah perangkat mata pelajaran dan program pendidikan yang diberikan oleh suatu lembaga penyelenggaraan pendidikan yang berisi rancangan pelajaran yang akan diberikan kepada peserta pelajaran dalam satu periode jenjang pendidikan. Penyusunan perangkat pelajaran ini disesuaikan dengan keadaan dan kemampuan setiap jenjang pendidikan dalam penyelenggaraan pendidikan itu serta kebutuhan lapangan kerja. Pengembangan kurikulum diarahkan pada pencapaian nilai-nilai umum, konsep-konsep, masalah dan keterampilan yang akan menjadi isi kurikulum yang akan disusun dengan fokus pada nilai-nilai sebelumnya. Kurikulum yang digunakan pada saat ini adalah kurikulum 2013. Kurikulum tersebut diterapkan di dalam bidang pendidikan.

Pendidikan adalah sebagai usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran untuk peserta didik secara aktif mengembangkan potensi diri untuk memiliki kekuatan spiritual, keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan. Pendidikan sangat berguna bagi masyarakat. Pendidikan tidak hanya dari satu pembelajaran saja namun dari semua mata pelajaran yang diajarkan di berbagai sekolah. Namun salah satu dari mata mata pelajaran tersebut memiliki peranan yang sangat penting, yaitu mata pelajaran Bahasa Indonesia.

Pembelajaran Bahasa Indonesia merupakan salah satu pembelajaran yang sangat penting bagi masyarakat. Meskipun pembelajaran Bahasa Indonesia

banyak jenisnya, namun salah satu materi yang terdapat di Bahasa Indonesia, ada yang membuat masyarakat mampu dengan belajar sendiri hanya dengan melihatnya di media cetak atau media suara (televisi). Salah satu jenis materi pembelajaran yang dimaksud adalah mengenai Menulis Iklan.

Iklan adalah sebuah informasi yang dapat mempengaruhi, mengingatkan, melarang, membujuk dan merayu. Salah satunya yang paling berperan di dalam sebuah iklan adalah Teks Iklan. Teks iklan biasanya dibuat sedemikian rupa sehingga mampu mempengaruhi oranglain. Masyarakat pun dapat dengan melihat sebuah iklan di media cetak dan dapat mencontohkan dan mempraktekkan apa yang sedang dilihat. Namun agar iklan tersebut sempurna, ada struktur, kaidah kebahasaan dan ciri-ciri khusus sesuai dengan fungsinya. Dengan mengikuti aturan tersebut, maka teks iklan akan terkait jelas dan sempurna.

Namun berdasarkan pengalaman sebelumnya, ada muncul berbagai permasalahan yang disebabkan oleh :

Pertama, kurangnya penguasaan kosakata. Dalam hal ini, siswa dapat diberi sebuah kata-kata yang dapat dirangkai menjadi sebuah kalimat. Dalam kalimat tersebut, siswa dapat mampu menuangkan ide untuk menciptakan sebuah kalimat yang dapat mempengaruhi oranglain.

Kedua, kurangnya kreativitas dalam menulis iklan. Dalam permasalahan ini, siswa akan diberi sebuah gambaran dari sesuatu yang menjadi contoh sesuai materi sebuah iklan. Dengan begitu siswa dapat memahami dan mengerti bahwa itu adalah sebuah iklan dan dapat melihat dan mendengar kalimat dari sebuah iklan
tersebut.

Ketiga, ketidakmampuan menemukan ide. Dalam permasalahan ini, siswa diberi sebuah contoh iklan yang terdapat di televisi. Dalam contoh tersebut siswa dapat berpikir dan menuangkan idenya dengan apa yang sudah di bayangkannya.

Keempat, tidak ada minat dalam menulis iklan. Dalam hal ini pendidik dapat memberikan sebuah tugas individu dalam bentuk yang berbeda-beda. Tugas tersebut harus dikumpulkan dan diberi penjelasan dari menulis iklan yang dikerjakan oleh siswa. Maka dengan cara seperti itu rasa minat itu akan tumbuh dan memiliki keinginan dalam menulis iklan.

Berdasarkan dari permasalahan tersebut disebabkan dalam berbagai faktor. Salah satunya adalah ketidakmampuan menemukan ide. Ketidakmampuan menemukan ide dalam menulis iklan dapat dibantu dengan menggunakan Media Kartu Mimpi Bergambar. Media Kartu Mimpi Bergambar adalah media yang mengajukan siswanya untuk dapat menginspirasi sesuatu yang pernah dimimpikannya atau dilihat sebelumnya. Maka guru tersebut memberikan sebuah kartu yang sudah memiliki gambar dan siswa menghubungkan atau mengaitkan sesuatu yang dimimpikan dengan gambar yang ada di kartu tersebut. Dengan menggunakan Media Kartu Mimpi Bergambar tersebut siswa dapat terbantu menulis teks iklan dengan mudah. Penulisan iklan ini tidak segampang yang dipikirkan karena harus menggunakan metode atau cara yang lebih mudah untuk dipahami. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan penerapan Kartu Mimpi Bergambar yang diberi judul “Pengaruh Penggunaan Media Kartu Mimpi Bergambar terhadap Kemampuan Menulis Iklan.”

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Kurangnya kosakata
2. Kurangnya kreativitas dalam menulis iklan
3. Ketidakmampuan menemukan ide
4. Tidak ada minat dalam menulis iklan

1.3 Pembatasan Masalah

Dari masalah yang telah diidentifikasi, penelitian dibatasi pada peningkatan menulis iklan dengan menggunakan Media Kartu Mimpi Bergambar. Pembatasan masalah ini berkaitan dengan masih rendahnya keterampilan menulis sastra khususnya iklan pada siswa kelas kelas VIII SMP Negeri 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas, maka dapat ditentukan masalah penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana kemampuan siswa menulis iklan sebelum guru menggunakan media Kartu Mimpi Bergambar siswa di kelas VIII SMP Negeri 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020?
2. Bagaimana kemampuan siswa menulis iklan sesudah guru menggunakan media Kartu Mimpi Bergambar siswa di kelas VIII SMP Negeri 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020?

3. Bagaimana pengaruh media Kartu Mimpi Bergambar terhadap kemampuan Menulis Iklan siswa di kelas VIII SMP Negeri 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui kemampuan siswa menulis iklan sebelum guru menggunakan Media Kartu Mimpi Bergambar di kelas VIII SMP Negeri 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020.
2. Mengetahui kemampuan siswa menulis iklan sesudah guru menggunakan Media Kartu Mimpi Bergambar di kelas VIII SMP Negeri 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020.
3. Mengetahui pengaruh kemampuan siswa menulis iklan dengan menggunakan Media Kartu Mimpi Bergambar di kelas VIII SMP Negeri 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian dengan judul “Peningkatan Kemampuan Menulis Iklan dengan menggunakan Media Kartu Mimpi Bergambar” ini dapat bermanfaat secara teoritis dan praktis.

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat mendukung teori tentang Pengaruh Penggunaan Media Kartu Mimpi Bergambar terhadap Kemampuan Siswa Menulis Iklan.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi guru dan calon guru, penelitian ini dapat dijadikan referensi dan tambahan pengetahuan tentang teknik pembelajaran untuk meningkatkan keterampilan menulis khususnya menulis Iklan.
- b. Bagi siswa, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membantu pembelajaran siswa, yakni untuk meningkatkan keterampilan menulis dan meningkatkan kualitas proses belajar mengajar.
- c. Bagi sekolah, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas siswa yaitu dari segi kemampuan bersastra khususnya kemampuan menulis iklan sehingga dapat meningkatkan kualitas sekolah tersebut dengan menghasilkan siswa-siswa yang terampil menulis.

BAB II

LANDASAN TEORETIS, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kerangka Teoretis

Bab ini akan diuraikan teori-teori mengenai aspek-aspek yang akan diteliti berdasarkan pendapat para ahli. Dalam fokus penelitian ini terdiri dari variabel bebas berupa media kartu mimpi bergambar, terhadap variable terikat yaitu keterampilan menulis iklan. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena variabel terikatnya belum pernah ada yang meneliti. Adapun kerangka teori yang akan dibahas terlebih dahulu, yaitu Menulis Iklan.

2.1.1 Keterampilan Menulis

Menulis merupakan upaya mengomunikasikan gagasan/ide, informasi, pendapat, dan opini melalui media tulis. Media tulis ini dapat berbentuk apa saja, diantaranya artikel ilmiah, laporan, karya tulis, dan esay. Jika mereka memahami bahasa dan gambaran grafik itu.

Menurut Suparno dan Yunus dalam Dalman (2015:4) “Menulis merupakan suatu kegiatan penyampaian pesan (komunikasi) dengan menggunakan Bahasa tulis sebagai alat bantu atau medianya.

Tarigan (2008:22) “Menulis ialah menurunkan atau melukiskan lambang-lambang grafik yang menggambarkan suatu Bahasa yang dipahami oleh seseorang , sehingga orang-orang lain dapat membaca lambang-lambang grafik tersebut”.

Dalman (2015:4) mengatakan, “Menulis adalah proses penyampaian pikiran, angan-angan perasaan dalam bentuk lambang/tanda/tulisan yang bermakna. Dalam kegiatan menulis terdapat suatu kegiatan merangkai, menyusun, melukiskan suatu lambang/tanda/tulisan berupa huruf yang membentuk kata, kumpulan kata membentuk kelompok kata atau kalimat, kumpulan kalimat membentuk paragraph, dan kumpulan paragraph membentuk wacana/karangan yang utuh dan bermakna”.

2.1.1.1 Kemampuan Menulis Iklan

Kemampuan menulis iklan dibahas dan akan diajarkan pada kelas VIII Sekolah Menengah Pertama (SMP) semester ganjil dan memiliki kompetensi dasar untuk mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan atau poster (yang memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar, memiliki indikator pencapaian kompetensi untuk menentukan ciri-ciri iklan, slogan dan poster, dan menentukan perbedaan iklan, slogan dan poster, serta menyunting iklan, slogan dan poster dengan bahasa yang baik.

Kemampuan menulis adalah bagaimana seseorang dapat menulis dan membentuk sebuah tulisan. Dalam kemampuan menulis tidak hanya sekedar mampu, namun dapat dipahami dan dimengerti. Kemampuan menulis juga harus memperhatikan kata atau kalimat yang dapat dipahami oleh pembaca.

Dalam menulis tidak hanya kemampuan menulis saja agar dapat menghasilkan tulisan yang indah namun ada pembagian yang dapat menyempurnakan tulisan itu dan harus diketahui, yaitu fungsi menulis.

2.1.1.1.1 Fungsi Menulis

Menurut Akhadiyah (2012:39) bahwa “Beberapa keuntungan yang dapat diperoleh dari proses kegiatan menulis, yaitu dapat mengenali kemampuan dan potensi diri, mengembangkan beberapa gagasan, memperluas wawasan, mengorganisasikan gagasan secara sistematis dan mengungkapkan secara tersurat, dapat meninjau dan menilai gagasan

sendiri secara lebih objektif, lebih mudah memecahkan permasalahan, mendorong diri belajar dan membiasakan diri berpikir serta berbahasa secara tertib.”

Dalam fungsi menulis ini siswa diharapkan untuk berpikir kritis mengenai kejadian-kejadian yang terjadi pada diri sendiri atau disekelilingnya. Siswa diharapkan dapat menciptakan sebuah karya melalui proses berpikir. Proses berpikir dalam pembelajaran ini menjembatani antara imajinasi dan penciptaan karya sastra yang akhirnya menghasilkan sebuah penulisan iklan yang kreatif. Selain fungsi menulis ada juga yang perlu diperhatikan, yaitu tujuan menulis.

2.1.1.1.2 Tujuan Menulis

Menurut Hartig dalam Tarigan (2008:25-26), menyebutkan “tujuan penulisan, yaitu :

(1) Tujuan penugasan (*assignment purpose*), tujuan penugasan ini sebenarnya tidak mempunyai tujuan sama sekali. Penulis menulis sesuatu karena ditugaskan, bukan atas kemauan sendiri, (2) Tujuan altruistic (*altruistic purpose*), penulis bertujuan untuk menyenangkan para pembaca, menghindarkan kedudukan para pembaca ingin menolong para pembaca memahami, menghargai perasaan, dan penalarannya, ingin membuat hidup para pembaca lebih mudah dan lebih menyenangkan dengan karyanya itu, (3) Tujuan persuasive (*persuasive purpose*), tulisan yang bertujuan meyakinkan para pembaca akan kebenaran gagasan yang diutarakan, (4) Tujuan informasional, tujuan penerangan (*informational purpose*) Tulisan yang bertujuan memberi informasi atau keterangan/penerangan kepada para pembaca, (5) Tujuan pernyataan diri (*self-expressive purpose*), tulisan yang bertujuan memperkenalkan atau menyatakan diri sang pengarang kepada para pembaca, (6) Tujuan kreatif (*creative purpose*), tujuan ini erat berhubungan dengan tujuan pernyataan diri, dan (7) Tujuan pemecahan masalah (*problem-solving purpose*), penulis ingin menjelaskan, menjernihkan, menjelajahi serta meneliti secara cermat pikiran-pikiran dan gagasan-gagasannya sendiri agar dapat dimengerti dan diterima oleh para pembaca.

Dapat disimpulkan bahwa tujuan menulis adalah menjadikan pembaca berpikir, mengerti, memahami dalam penugasan, altruistik, persuasif, informasi, kreatif dan memecahkan sebuah masalah.

2.1.1.2 Iklan

Iklan merupakan salah satu jenis wacana persuasif, karena wacana secara dominan terdapat unsur yang mempengaruhi oranglain. Iklan sebagai bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media dan ditujukan kepada sebagian masyarakat. Banyak pengusaha/produsen berlomba-lomba untuk memasang iklan, baik itu media cetak elektronik ataupun internet.

2.1.1.2.1 Pengertian Iklan

Widyatama (2007:15) “Iklan adalah bentuk kegiatan komunikasi non-personal yang disampaikan lewat media untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non-komersial, maupun pribadi yang berkepentingan”.

Morissan (2010:18) “Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena daya jangkauan yang luas. Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas”.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa iklan adalah bentuk komunikasi non-personal yang disampaikan lewat media atau barang dan jasa yang bersifat membujuk kepada masyarakat luas. Selain pengertian iklan tersebut adapun tujuan iklan.

2.1.1.2.2 Tujuan Iklan

Menurut Widyatama (2011:29) tujuan iklan adalah menarik perhatian, membangkitkan minat, merangsang hasrat, menciptakan keyakinan dan melahirkan tindakan.

Adapun menurut Morissan (2010:19) “tujuan iklan adalah mendapatkan responsa atau aksi segera melalui iklan media massa. Selain itu, iklan mungkin bertujuan untuk lebih mengembangkan kesadaran atau ingin membentuk suatu citra positif dalam jangka Panjang bagi barang atau jasa yang dihasilkannya”. Selain tujuan iklan adapun fungsi iklan.

2.1.1.2.3 Fungsi Iklan

Widyatama (2011:43) “Iklan mampu mengemban sejumlah fungsi yang penting. Fungsi-fungsi iklan tersebut sebagai berikut:

(1)Sebagai media komunikasi dari pihak produsen atau pembuat pesan kepada konsumen atau khalayak penerima pesan. Fungsi komunikasi tersebut meliputi; fungsi memberikan informasi, fungsi persuasi, fungsi pengingat, mempercepat keputusan, fungsi pembangun citra dan fungsi peneguh citra; (2)Sebagai media pendidikan yang digunakan oleh produsen atau kominukator terhadap konsumen atau khalayaknya; (3)Sebagai media yang berfungsi ekonomi di tengah masyarakat; (4)Sebagai media sosial; dan (5)Sebagai media penghibur bagi khalayaknya.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka dapat disimpulkan fungsi iklan ialah media komunikasi yang dapat digunakan sebagai media Pendidikan, media penghantar ekonomi dan media penghibur bagi khalayak atau masyarakat.

2.1.1.2.4 Jenis-jenis Iklan

Morissan (2010:20-21) iklan dapat digolongkan menjadi 6 kategori pokok yakni:

1. Iklan Nasional

Pemasang iklan adalah penulisan besar dengan produk yang tersebar secara nasional atau di sebagian besar wilayah suatu negara. Tujuan dari pemasangan iklan berskala nasional ini adalah untuk menginformasikan atau mengingatkan konsumen kepada perusahaan atau merek yang diiklankan beserta berbagai fitur atau kelengkapan yang dimiliki dan juga keuntungan, manfaat, penggunaan serta menciptakan atau memperkuat citra produk yang diiklankan itu.

2. Iklan Lokal

Pemasang iklan lokal adalah perusahaan pengecer atau perusahaan dagang tingkat lokal. Iklan lokal bertujuan untuk mendorong konsumen untuk berbelanja pada toko-toko tertentu atau menggunakan jasa lokal atau mengunjungi suatu tempat atau institusi tertentu. Iklan lokal cenderung untuk menekankan pada insentif tertentu, misalnya harga yang lebih murah, waktu operasi yang lebih lama, pelayanan khusus, suasana berbeda, gengsi atau aneka jenis barang yang ditawarkan.

3. Iklan Primer dan Selektif

Iklan primer dirancang untuk mendorong permintaan terhadap suatu jenis produk tertentu atau untuk keseluruhan industri. Pemasang iklan akan lebih fokus menggunakan iklan primer apabila, misalnya, merek produk jasa yang dihasilkannya telah mendominasi pasar dan akan mendapatkan keuntungan paling besar jika permintaan terhadap jenis produk bersangkutan secara umum meningkat.

4. Iklan Antar-Bisnis

Iklan antar-bisnis adalah iklan dengan target kepada satu atau beberapa individu yang berperan mempengaruhi pembelian barang atau jasa industri untuk kepentingan perusahaan di mana para individu itu bekerja.

5. Iklan Profesional

Iklan profesional adalah iklan dengan target kepada para pekerja profesional seperti dokter, pengacara, dokter gigi, ahli teknik, dan sebagainya dengan tujuan untuk mendorong mereka menggunakan produk perusahaan dalam bidang pekerjaan mereka. Iklan semacam ini juga digunakan untuk mendorong para profesional untuk merekomendasikan penggunaan merek produk tertentu kepada para konsumen.

6. Iklan Perdagangan

Iklan dengan target pada anggota yang mengelola saluran pemasaran seperti pedagang besar, distributor serta para pengecer. Tujuan iklan semacam ini adalah untuk mendorong para anggota saluran untuk memiliki, mempromosikan, serta menjual kembali merek produk tertentu kepada para pelanggannya.

Maka dapat disimpulkan jika iklan nasional adalah iklan dengan produk secara nasional atau tersebar ke wilayah besar, iklan lokal adalah iklan yang disebarkan ke pedagang pengecer, iklan primer dan selektif adalah iklan yang sifatnya lebih mendorong permintaan konsumen agar tertarik, iklan antar-bisnis adalah iklan yang menarik satu konsumen atau individu untuk tertarik dengan barang atau jasa yang ditawarkan, iklan profesional adalah iklan yang mendorong para pekerja kelas menengah atas dengan produk yang sesuai dengan kebutuhan

antar individu, dan iklan perdagangan adalah iklan yang mengajak seseorang yang lain untuk mempromosikan dan menjual kembali kepada individu lain.

2.1.1.2.5 Struktur Iklan

Widyatama (2011:91-92) meski kelengkapan unsur-unsur dalam iklan tidak ada aturan baku, namun secara umum iklan ditampilkan dalam struktur dan urutan tertentu. Struktur tersebut umumnya terdiri atas 3 bagian yaitu;

(1)Bagian awal (*opening*) merupakan bagian yang bertugas untuk merebut perhatian awal pembaca. Pada bagian inilah dikerahkan segenap daya upaya agar perhatian pembaca direbut, berpaling dari stimulan lain, baik dari stimulan iklan maupun non iklan yang lain, (2)Bagian tengah atau tubuh iklan (*body copy*), pada bagian ini umumnya pesan iklan diurai secara rinci untuk terus mempersuasi konsumen. Selain itu, pada bagian ini juga harus tetap bertugas menjaga perhatian pembaca agar tidak berpaling pada stimulan yang lain. Khalayak harus terus dijaga agar tetap melihat pesan iklan yang kita buat hingga berlanjut pada bagian penutup iklan, dan (3)Bagian terakhir sebagai penutup (*closer*), yaitu bagian yang menutup atau mengakhiri sebuah iklan. Bagian penutup merupakan bagian yang memainkan peran yang cukup berat. Ia tidak sekedar berposisi di bagian akhir dan menutup sebuah iklan, namun memiliki sejumlah fungsi penting. Bagian penutup iklan berfungsi untuk menyimpulkan, mengarahkan, menunjukkan, menegaskan atau menggarisbawahi, menginformasikan, membatasi, dan atau mengingatkan inti pesan.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka dapat disimpulkan iklan memiliki berbagai struktur seperti, bagian awal (merebut perhatian awal pembaca), bagian tengah atau tubuh iklan (menguraikan isi pesan iklan dalam bentuk persuasi), dan bagian penutup (menyimpulkan atau mengingatkan inti pesan iklan).

2.1.2 Pengertian Media

Kata media berasal dari Bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti ‘tengah’, ‘perantara’ atau ‘pengantar’. Dalam Bahasa Arab, media adalah perantara atau pengantar pesan. Arsyad (2013:3) “Media berarti perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan”.

Selain itu menurut Gerlach dan Ely dalam Arsyad (2013:3) “Media dipahami secara umum adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan atau sikap”. Dalam pengertian ini, guru, buku teks, dan lingkungan sekolah merupakan media. Secara lebih khusus, pengertian media dalam proses belajar mengajar cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, potografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat dikatakan bahwa media pembelajaran merupakan sarana perantara dalam proses pembelajaran. Media sebagai alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan pembelajaran. Dalam hal ini, kita akan membatasi pengertian media dalam dunia Pendidikan saja, yakni media yang digunakan sebagai alat dan bahan kegiatan pembelajaran yaitu Media Kartu Mimpi Bergambar.

Media Kartu Mimpi Bergambar merupakan pengembangan ide kartu mimpi yang juga dimaksudkan untuk memberikan kemudahan pada siswa dalam menuliskan ide-ide dan imajinasi siswa ke dalam sebuah tulisan.

2.1.2.1 Media Kartu Mimpi Bergambar

Menurut Jordan E Kayan dalam Sutejo (2008:63) “mimpi merupakan lorong rahasia menuju alam kesadaran lain.” Mimpi merupakan salah satu langkah lebih maju menuju kesadaran lain, diluar tingkat gelombang alpha menuju tingkat tidur delta dan theta. Sedangkan menurut Sutejo (2008:63) “Elias Howe mampu menyempurnakan ciptaannya, mesin jahit, sesudah suatu mimpi yang jelas membisik agar dia menambahkan semacam jendela untuk jarum di alasnya.” Selain itu kartu mimpi juga dapat diartikan menurut Sutejo (2008:64)

“bahwa kartu mimpi terdiri dari identitas siswa, waktu terjadinya mimpi, tokoh-tokoh yang muncul dalam mimpi, latar/tempat terjadinya mimpi, peristiwa-peristiwa dan konflik yang terjadi, hubungan antar tokoh di dalamnya dan klimaks yang ada dalam mimpi.”

Mimpi yang dimaksudkan memiliki keterbatasan makna. Keterbatasan konsep mimpi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah imajinasi siswa ketika siswa dihadapkan pada suatu gambaran, situasi, atau peristiwa, dimana imajinasi tersebut terjadi ketika siswa dalam kondisi rileks, nyaman dan dengan situasi yang tenang. Melalui kartu mimpi siswa di minta mereka ulang kejadian atau peristiwa yang pernah mereka alami terkait tema yang telah ditentukan.

Kartu mimpi bergambar merupakan pengembangan ide kartu mimpi yang juga dimaksudkan untuk memberikan kemudahan kepada siswa dalam menuliskan ide-ide dan imajinasi siswa ke dalam sebuah tulisan berbentuk iklan. Kartu mimpi bergambar akan berisikan gambar yang akan merangsang indera penglihatan siswa sehingga bisa membayangkan dan merasakan sebagaimana yang Nampak dalam gambar tersebut. Siswa akan diminta mengingat kembali mimpi menarik yang pernah dialaminya terkait dengan gambar yang ada dalam kartu mimpi tersebut.

Pada tahap pertama siswa diminta untuk mengingat kembali mimpi mereka yang paling berkesan terkait dengan tema yang diberikan. Pada tahapan selanjutnya siswa akan diberikan kartu mimpi yang berisi gambar terkait tema yang diharapkan dapat membantu indera penglihatan siswa sehingga bisa merasakan kembali ke dalam mimpi paling berkesan terkait tema yang pernah

Bentuk Kartu Mimpi

KARTU MIMPI BERGAMBAR

Nama :
 Kelas :
 No. absen :

Peristiwa dalam mimpi :

Bagian menarik dalam mimpi tersebut :

Hal-hal yang ingin disampaikan terkait mimpi :

Hal-hal yang muncul dalam pikiran saat melihat gambar :

Diksi :

Gambar 2.1 : Contoh Kartu Mimpi

Bentuk kartu mimpi bergambar untuk menulis iklan

KARTU MIMPI BERGAMBAR

Nama :
 Kelas :
 No. absen :

Gambar yang pernah dimimpikan :



()



()



()

Deskripsikan gambar tersebut :

Hal hal yang muncul dalam pikiran saat melihat gambar :

Buatlah kalimat iklan dari gambar tersebut :

Gambar 2.2 : Contoh Kartu Mimpi Bergambar

2.1.1.3 Langkah-langkah Media

Menurut Sutejo (2008:65-66) dalam pembelajaran menulis iklan dengan kartu mimpi dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut.

(1)Guru memberikan penjelasan singkat tentang pembelajaran dengan media kartu mimpi bergambar, (2)Guru menjelaskan karakteristik kartu mimpi, (3)Membagikan kartu mimpi kepada setiap siswa (kelompok), (4)Siswa mengidentifikasi mimpi yang pernah dialami dan paling mengesankan, (5)Menuliskan hal-hal yang telah tersedia dalam kolom kartu mimpi, (6)Membuat gambaran pengalaman mimpi berdasarkan kartu mimpi sehingga menjadi tautan peristiwa yang utuh, dan (7)Siswa menambahkan imajinasi dengan cara menambahkan konflik menciptakan klimaks yang lebih memikat dari gambar yang tersedia.

2.1.2.2 Kelebihan dan Kekurangan Media

Adapun kelebihan yang terdapat dalam media kartu mimpi bergambar adalah siswa dapat lebih mudah menuliskan ide-ide imajinasi ke dalam sebuah tulisan berbentuk iklan, pengalaman mimpi dapat dimanfaatkan secara efektif dan menarik, tidak saja sebagai sumber inspirasi (ide) cerita tetapi ada tahap-tahap peristiwa yang diproduksi ulang.

Menurut Sutejo (2008:65), “adapun indikator yang menarik, dapat ditandai dengan beberapa hal, menjadikan seseorang senang dan berbunga-bunga, sebaiknya menimbulkan kecemasan yang luar biasa, menyangkut nilai-nilai kemanusiaan yang tinggi (human interest) dan memecahkan (solutif) atau kekompleksan pengalaman nyata.”

Kelebihan media tersebut siswa juga dapat menemukan kata-kata yang indah dan kemudian mengembangkannya menjadi bentuk tulisan yang indah.

Kelemahan dalam media tersebut ialah siswa dapat lebih maju menuju kesadaran lain, diluar tingkat gelombang alpha menuju tingkat tidur delta dan theta serta mimpi merupakan tanda intuitif atau nasihat dari alam kesadaran lain.

2.2 Kerangka Konseptual

Proses belajar menulis iklan tidak selamanya sempurna dan mencapai hasil yang maksimal. Umumnya guru mengalami kendala ketika mengajar di kelas. Guru hanya menggunakan metode ceramah dalam proses pembelajaran sehingga siswa merasa bosan dan tidak bersemangat untuk belajar. Siswa hanya mendengarkan dan mengikuti apa yang dikatakan gurunya sehingga tampak proses belajar mengajar yang pasif tanpa adanya proses kreatif dan inovatif. Kendala itu muncul diakibatkan karena kurangnya teknik pembelajaran yang dipakai oleh guru ketika mengajar sastra khususnya menulis iklan secara individu, sehingga yang terjadi adalah keterampilan siswa dalam menulis iklan sangat kurang.

Pembelajaran menulis iklan memerlukan strategi dengan penggunaan media yang sesuai agar materi yang disampaikan guru dapat dimengerti oleh siswa. Selain dapat dimengerti, siswa pun dapat menghasilkan proses kreatif dari materi yang disampaikan oleh guru. Dalam hal ini, kartu mimpi bergambar dapat dijadikan media dalam pembelajaran menulis iklan. Pengalaman mimpi ini dapat dimanfaatkan secara efektif dan menarik, tidak saja sebagai sumber inspirasi (ide) cerita tetapi ada tahap-tahap peristiwa yang diproduksi ulang. Gambar yang terdapat dalam kartu mimpi dapat merangsang panca indera untuk kembali merasakan apa yang dialami dalam mimpi dan kemudian menuangkannya ke dalam bentuk tulisan.

Dalam pembelajaran menulis iklan, kartu mimpi dijadikan sebagai sketsa untuk dikembangkan kerangkanya dan sebagai sarana siswa mengembangkan inspirasi, sehingga memudahkan siswa dalam menuliskan ide dan kata-kata yang muncul. Setelah menuliskan hal-hal yang terdapat dalam kartu mimpi, siswa siswa

dapat mengembangkannya menjadi sebuah iklan dan disesuaikan dengan konsep iklan yang ingin disampaikan oleh masing-masing siswa. Oleh karena itu, perlu diadakan penelitian tindakan kelas dalam menyelesaikan masalah tersebut. Penelitian tindakan kelas dengan memanfaatkan teknik kartu mimpi untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam menulis iklan.

2.3 Hipotesis Penelitian

Merumuskan penelitian terlebih dahulu penulis memaparkan pengertian hipotesis. Sugiyono (2008:64) mengatakan bahwa “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, karena rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.” Hipotesis penelitian terbagi atas dua bagian yaitu :

Ho : Tidak ada pengaruh Media Kartu Mimpi Bergambar terhadap kemampuan siswa Menulis Iklan di kelas VIII SMP Negeri 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020.

Ha : Ada pengaruh Media Kartu Mimpi Bergambar terhadap kemampuan siswa Menulis Iklan di kelas VIII SMP Negeri 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh penelitian dalam mengumpulkan data penelitiannya, (Arikunto dalam Hernawati, 2014:25). Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode eksperimen yang dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka kemudian hasil dari penelitian digambarkan dan diinterpretasikan sesuai dengan hasil pengukuran.

Menurut Nazir (2014 : 51) menyatakan bahwa “Eksperimen adalah observasi di bawah kondisi buatan (*artificial condition*) dimana kondisi tersebut dibuat dan diatur oleh si peneliti.” Oleh karena itu, penulis akan membuat observasi dan memaparkan serta menginterpretasikan gejala, fakta, atau kejadian secara sistematis mengenai sifat-sifat populasi yang diolah menjadi data yang bersifat kuantitatif sebagai bahan untuk menemukan keterangan mengenai pengaruh penggunaan media kartu mimpi bergambar terhadap kemampuan siswa menulis iklan di kelas VIII SMPN 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMP Negeri 37 Medan. Secara strategi sekolah ini berada di jalan Timor, Kabupaten Kota Medan, Sumatera Utara. Sekolah ini merupakan sekolah unggulan bagi masyarakat. Dari segi yang yang terdapat dalam sekolah itu cukup memadai untuk melakukan penelitian. Siswa/siswi yang terdapat di sekolah itu juga kurang memiliki minat untuk menulis iklan.

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2014:26) adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Subjek penelitian yang dikenai adalah kelas VIII SMP. Kelas VIII SMP merupakan kelas yang memiliki mata pelajaran mengenai iklan.

Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas VIII SMP Negeri 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020.

Tabel 3.2 Persebaran Populasi

NO.	KELAS	JUMLAH SISWA
1.	VIII A	32 orang
2.	VIII B	32 orang
3.	VIII C	32 orang
4.	VIII D	32 orang
5	VIII E	32 orang
	Jumlah	160 orang

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:81), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.”

Berdasarkan populasi yang terdapat di atas yang terdiri dari empat kelas dengan jumlah kelas 32 orang kelas A, 32 orang kelas B, 32 orang kelas C, 32 orang

kelas D, dan 32 orang kelas E. Maka peneliti melakukan penarikan sampel secara *Cluster Sampling* dengan memilih salah satu sebagai sampel penelitian.

Cluster Sampling adalah Teknik memilih sampel dari kelompok-kelompok kecil unit-unit kecil atau cluster. Oleh karena itu, siswa yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian ini hanya pada satu kelas saja.

1. Menulis nama-nama kelas pada selembar kertas.
2. Setelah itu, kertas yang telah berisikan nama-nama kelas gulungan dimasukkan dalam suatu tabung.
3. Selanjutnya, tabung yang berisi gulungan kertas tersebut dikocok dan gulungan kertas yang pertama jatuh dari tabung akan dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Berdasarkan langkah-langkah tersebut, didapatlah satu kelas dengan jumlah 32 orang yaitu kelas VIII D sebagai sampel yang mewakili kelas VIII SMP Negeri 37 Medan.

3.5 Desain Penelitian

Menurut Arikunto (2009:207), Penelitian Eksperimen adalah “penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya akibat dari ‘sesuatu’ yang dikenakan pada subjek selidik.” Dalam penelitian ini, penulis menggunakan design eksperimen dengan model *One Group Pretest Posttest Design*. Metode ini digunakan untuk pembuktian atau konfirmasi pada populasi atau sampel tertentu dan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

One Group Pretest Posttest Design dilakukan sebanyak dua kali pertemuan. Pertemuan pertama, peneliti memberikan tes awal (pretest) sebelum menggunakan media Kartu Mimpi Bergambar, dan tes sesudah menggunakan media Kartu Mimpi Bergambar (posttest). Dengan demikian hasil perlakuan lebih akurat, karena dapat membandingkan dengan keadaan sebelum diberi perlakuan.

Tabel 3.3 Desain Penelitian

Pretest	Perlakuan	Posttest
O1	x Media Kartu Mimpi Bergambar	O2

Keterangan

O1 : nilai pretest sebelum diberi perlakuan

x : diberi perlakuan dengan media kartu mimpi bergambar

O2 : nilai posttest setelah diberi perlakuan

3.6 Defenisi Operasional

Arikunto (2010:161), Variabel penelitian adalah objek penelitian yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dengan media Kartu Mimpi Bergambar dan yang menjadi variabel terikat adalah menulis iklan.

3.6.1 Kemampuan Menulis Iklan

Kemampuan menulis adalah bagaimana seseorang dapat menulis dan membentuk sebuah tulisan. Dalam kemampuan menulis tidak hanya sekedar

mampu, namun dapat dipahami dan dimengerti. Kemampuan menulis juga harus memperhatikan kata atau kalimat yang dapat dipahami oleh pembaca.

Dalam menulis tidak hanya kemampuan menulis saja agar dapat menghasilkan tulisan yang indah namun ada pembagian yang dapat menyempurnakan tulisan itu dan harus diketahui, yaitu fungsi menulis.

3.6.2 Media Kartu Mimpi Bergambar

Menurut Jordan E. Kayan (2008:63) mimpi merupakan “lorong rahasia menuju kesadaran lain, diluar tingkat gelombang alpha menuju tingkat tidur delta dan theta.” Sedangkan menurut Sutejo (2008:64) bahwa “kartu mimpi terdiri dari identitas siswa, waktu terjadinya mimpi, peristiwa-peristiwa dan konflik yang terjadi, hubungan antar tokoh didalamnya dan klimaks yang ada dalam mimpi.”

3.7 Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2009:101) “instrumen adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.” Instrumen penelitian yang digunakan untuk menjaring data dalam penelitian ini berupa tes secara subjektif dalam bentuk penugasan, yaitu siswa ditugaskan untuk menulis iklan.

Pretest digunakan untuk menjaring data dalam kemampuan menulis iklan sebelum diadakan perlakuan yaitu dengan media kartu mimpi bergambar, sedangkan *posttest* dilakukan untuk menjaring data sesudah diadakan perlakuan dengan menggunakan media kartu mimpi bergambar.

Tabel 3.4 Aspek Penilaian

No.	Aspek	Indikator	Kriteria	Skor
1	Merangsang hasrat	Kalimat yang dikemukakan pada menulis iklan sangat baik, sehingga dapat merangsang hasrat pembaca	Sangat Baik	5
		Kalimat yang dikemukakan pada menulis iklan masih terdapat sedikit kesalahan, namun dapat merangsang hasrat pembaca	Baik	4
		Kalimat yang dikemukakan pada menulis iklan masih terdapat kesalahan, namun dapat merangsang hasrat pembaca	Cukup	3
		Kalimat yang dikemukakan pada menulis iklan sama sekali tidak sesuai sehingga pembaca tidak tertarik	Kurang Baik	2
		Siswa tidak menuliskan kalimat iklan sama sekali	Tidak Baik	1
2	Menarik Perhatian	Isi kalimat yang dikemukakan sangat sesuai, sehingga dapat menarik perhatian pembaca	Sangat Baik	5
		Isi kalimat yang dikemukakan masih terdapat sedikit kesalahan, namun masih dapat menarik perhatian	Baik	4
		Isi kalimat yang dikemukakan masih terdapat kesalahan, namun dapat menarik perhatian	Cukup	3

		<p>pembaca Isi kalimat yang dikemukakan sama sekali tidak sesuai, sehingga tidak dapat menarik perhatian pembaca</p> <p>Isi kalimat yang dikemukakan tidak baik sama sekali dan tidak dapat menarik perhatian pembaca</p>	<p>Kurang Baik</p> <p>Tidak Baik</p>	<p>2</p> <p>1</p>
3	Menciptakan Keyakinan	<p>Sangat mampu memilih kata-kata yang dapat menciptakan keyakinan pembaca</p> <p>Mampu memilih kata-kata yang dapat menciptakan keyakinan pembaca</p> <p>Cukup mampu memilih kata-kata yang dapat menciptakan keyakinan pembaca</p> <p>Kurang mampu memilih kata-kata yang dapat menciptakan keyakinan pembaca</p> <p>Tidak mampu memilih kata-kata yang dapat menciptakan keyakinan pembaca</p>	<p>Sangat Baik</p> <p>Baik</p> <p>Cukup</p> <p>Kurang Baik</p> <p>Tidak Baik</p>	<p>5</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>2</p> <p>1</p>
4	Membangkitkan Minat	<p>Sangat mampu membangkitkan minat pembaca dalam menulis iklan</p> <p>Mampu membangkitkan minat pembaca dalam menulis iklan</p> <p>Cukup mampu membangkitkan minat pembaca dalam menulis iklan</p> <p>Kurang mampu</p>	<p>Sangat Baik</p> <p>Baik</p> <p>Cukup</p>	<p>5</p> <p>4</p> <p>3</p>

		membangkitkan minat pembaca dalam menulis iklan Tidak mampu membangkitkan minat pembaca dalam menulis iklan	Kurang Baik	2
			Tidak Baik	1
5	Melahirkan Tindakan	Sangat mampu memilih kata-kata yang dapat melahirkan tindakan dalam menulis iklan Mampu memilih kata-kata yang dapat melahirkan tindakan dalam menulis iklan Cukup mampu memilih kata-kata yang dapat melahirkan tindakan dalam menulis iklan Kurang mampu memilih kata-kata yang dapat melahirkan tindakan dalam menulis iklan Tidak mampu memilih kata-kata yang dapat melahirkan tindakan dalam menulis iklan	Sangat Baik	5
			Baik	4
			Cukup	3
			Kurang Baik	2
			Tidak Baik	1
Skor Maksimum			25	

$$\text{Nilai Akhir} = \frac{\text{Skor pemerolehan}}{\text{Skor maksimum}} \times 100\%$$

Analisis data dilakukan dengan perhitungan tingkat persentase yang berguna untuk mengukur skor persentase kemampuan siswa. Penelitian ini dimulai dari

proses mengamati media, lalu siswa menuliskan objek yang diamati melalui media menjadi sebuah iklan, selanjutnya menghitung persentase kemampuan siswa tersebut. Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan sehingga diketahui kemampuan siswa dalam menulis iklan dari segi kesesuaian dengan kriteria penilaian menulis iklan, yaitu diksi, kalimat persuasif, menarik perhatian, singkat jelas dan mudah dipahami di SMP Negeri 37 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020.

Tabel 3.5 Kategori Penilaian Keterampilan Menulis Iklan

KATEGORI	PENILAIAN
Sangat Baik	85-100
Baik	70-84
Cukup	55-69
Kurang	40-54
Sangat Kurang	0-39

Sudjana (2016:24)

3.8 Jalannya Eksperimen

Langkah-langkah yang dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 3.6 Jalannya Eksperimen Menulis Iklan Sebelum Menggunakan Media Kartu Mimpi Bergambar (*Pretest*)

Pertemuan I	Kegiatan Guru	Kegiatan Siswa	Waktu
	Kegiatan Awal	Kegiatan Awal	10 menit

	Guru memberikan salam Guru mengabsen siswa Apersepsi, menjelaskan kompetensi dasar dan tujuan pembelajaran yang harus dikuasai oleh siswa	Siswa menjawab salam Siswa menjawab absen Siswa mendengarkan penjelasan mengenai materi yang disampaikan oleh guru	
	Kegiatan Inti Memberikan <i>Pretest</i>	Kegiatan Inti Siswa mengerjakan <i>Pretest</i>	60 menit
	Kegiatan Penutup Guru menyuruh siswa untuk mengumpulkan lembar kerja <i>pretest</i>	Kegiatan Penutup Siswa mengumpulkan lembar kerja <i>pretest</i>	10 menit

Tabel 3.7 Jalannya Eksperimen Menulis Iklan Sebelum Menggunakan Media Kartu Mimpri Bergambar (*Pretest*)

Pertemuan II	Kegiatan Guru	Kegiatan Siswa	Waktu
	a. Guru memberikan salam dan memperkenalkan diri b. Apersepsi c. Menjelaskan materi mengenai iklan	a. Siswa menjawab salam b. Memahami apersepsi c. Siswa mendengarkan penjelasan mengenai materi pembelajaran	10 menit

	d. Memberikan konsep mengenai materi iklan	d. Memahami konsep materi iklan yang dijelaskan	
	Kegiatan Inti		
	a. Mengamati - Guru memperlihatkan sebuah gambar iklan	a. Siswa mengamati gambar iklan yang ditempelkan	10 menit
	b. Menanya - Guru bertugas menjawab setiap pertanyaan siswa yang kurang mengerti	b. Siswa dan guru bertanya jawab mengenai hal yang tidak dipahami mengenai iklan	10 menit
	c. Menyimpulkan Informasi - Guru mengarahkan siswa untuk memanfaatkan waktu untuk mencari informasi mengenai menulis iklan	c. Siswa menggunakan teknologi seperti internet untuk mencari informasi mengenai menulis iklan	10 menit
	d. Mengasosiasikan - Guru membimbing siswa untuk mencari informasi mengenai menulis iklan dengan menghubungkannya ke media kartu mimpi bergambar	d. Siswa mendengarkan bimbingan guru untuk mencari informasi mengenai menulis iklan dengan	10 menit

		menghubungkannya ke media kartu mimpi bergambar	
	<p>e.Mengomunikasikan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guru menyuruh/menugaskan siswa untuk membentuk kelompok - Guru memberikan materi iklan - Guru memberikan waktu kepada siswa untuk membacakan hasil dari materi iklan tersebut dengan menggunakan media kartu mimpi bergambar 	<p>e. Siswa membacakan hasil mengenai materi iklan dengan menggunakan media kartu mimpi bergambar</p>	20 menit
	<p>Kegiatan Penutup</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guru menyuruh siswa untuk mengumpulkan hasil pembelajaran - Guru menyuruh siswa melakukan refleksi terhadap kegiatan yang sudah dilakukan 	<ul style="list-style-type: none"> - Siswa menyimpulkan sendiri materi pembelajaran - Siswa melakukan refleksi terhadap kegiatan yang sudah dilakukan 	10 menit

3.9 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:243) teknik analisis data diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data kuantitatif, dikatakan sebagai data kuantitatif karena gambaran datanya menggunakan ukuran, jumlah, atau frekuensi yaitu nilai menulis siswa.

Ada beberapa langkah yang akan dilakukan dalam penelitian untuk memperoleh data, yaitu : menstabilasi skor *pretest*, menstabilasi skor *posttest*, mencari mean variabel hasil *pretest*, mencari mean variabel hasil *posttest*, mencari standar deviasi variabel hasil *pretest*, mencari standar deviasi variabel hasil *posttest*, mencari standar eror variabel hasil *pretest*, mencari standar eror variabel hasil *posttest*, melakukan uji normalitas, dan melakukan uji homogenitas.

Setelah terkumpul, maka akan dilakukan analisis guna mencapai hasil yang maksimal. Analisis tersebut dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

1. Menyusun data pretest dan posttest dalam bentuk tabel
2. Menghitung rata-rata skor dari variabel pretest dan posttest dengan

menggunakan rumus :

$$M_x = \frac{fX}{N}$$

M_x = Nilai rata-rata variabel X

fX = Jumlah perkalian frekuensi dengan skor (nilai) variabel X

N = Jumlah sampel

3. Menghitung standar deviasi dari variabel hasil pretest dengan menggunakan

rumus :

$$SD_x = \sqrt{\frac{fX^2}{N}}$$

SD_x = Deviasi standard dari sampel yang diteliti

fX^2 = Jumlah perkalian frekuensi dengan skor (nilai) yang dikuadratkan dengan variabel x

N = Jumlah sampel

4. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *uji* lilifors, dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Pengamatan x_1, x_2, \dots, x_n dijadikan bilangan baku z_1, z_2, \dots, z_n dengan

menggunakan rumus $z_1 = \frac{x_1 - \bar{x}}{s}$ (\bar{x} dan s masing-masing merupakan rata-rata

dari simpangan baku sampel),

- b. Untuk setiap bilangan baku ini menggunakan daftar distribusi normal baku kemudian dihitung $F(z_1) = P(z \leq z_1)$,

- c. Selanjutnya dihitung proporsi z_1, z_2, \dots, z_n yang lebih kecil atau sama dengan

z_1 jika proporsi ini dinyatakan oleh $S(z_1)$, maka $S(z_1) = \frac{\text{banyaknya } z_1, z_2, \dots, z_n \text{ yang } z_1}{n}$

- d. Hitung selisih $F(z_1) - S(z_2)$ kemudian tentukan harga mutlaknya, dan

- e. Ambil harga yang paling besar diantara harga-harga mutlak selisih tersebut (L_o) dan nilai kritis L yang diambil dari daftar uji *liliefors* dengan taraf nyata 0,05 (5%). Dengan kriteria pengujian :

Jika $L_o < L_{tabel}$ data berdistribusi normal

Jika $L_o > L_{tabel}$ data tidak berdistribusi normal

5. Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah data mempunyai varian yang sama (homogen) atau tidak (Sudjana, 2016:249). Rumus yang digunakan adalah:

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2}$$

Keterangan:

S_1^2 = Varian dari kelompok lebih besar

S_2^2 = Varian dari kelompok lebih kecil

Kriteria pengujian

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka kedua sampel mempunyai varian yang sama

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kedua sampel tidak mempunyai varian yang sama

6. Uji hipotesis

Uji hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan uji “t” (Sudijono, 2009: 282-284) dengan rumus sebagai berikut:

$$t_o = \frac{M_1 - M_2}{SE_{M_1M_2}}$$

Keterangan:

t_o = t observasi

M_1 = Mean hasil *posttest*

M_2 = Mean hasil *pretest*

SE_{M1-M2} = Standar error perbedaan kedua kelompok

$$\text{Dimana } SE_M = \frac{SD}{\sqrt{N-1}}$$

$$SE_{M1-M2} = \sqrt{SE_{M1}^2 + SE_{M2}^2}$$

Dengan ketentuan H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_o > t_t$ sebaliknya H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_o < t_t$ pada taraf nyata $\alpha = 0,05$ dan dikonsultasikan dengan tabel “t”.