

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk yang suka berkawan, butuh teman dan suka berkelompok, mengadakan hubungan sosial, dan manusia tidak dapat hidup sendiri. Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan hubungan timbal balik dari individu lain. Manusia memerlukan lingkungan sosial sebagai wadah berinteraksi antarsesama. Itu sebabnya manusia selalu membutuhkan untuk diterima menjadi anggota kelompok. Dalam suatu kelompok manusia membutuhkan komunikasi agar dapat saling mengerti satu sama lain dalam suatu bahasa.

Bahasa merupakan media yang digunakan sebagai alat komunikasi yang paling penting bagi manusia agar dapat mempertahankan kehidupannya. Dapat dikatakan bahwa tidak ada satupun manusia yang dapat mempertahankan kehidupannya apabila tidak ada bahasa. Bahasa mampu membantu manusia menyampaikan opini, perasaan, atau hal dengan lebih baik. Bahasa memudahkan manusia memahami perasaan orang lain. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa bahasa itu perlu dipelajari, salah satunya bahasa Indonesia.

Pelajaran bahasa Indonesia merupakan pelajaran umum yang dipelajari dari tingkat bawah hingga atas. Bahasa Indonesia sendiri merupakan bahasa resmi dari negara Indonesia. Pelajaran bahasa Indonesia dipelajari agar siswa dan guru mampu membina bahasa Indonesia itu sendiri. Pembinaan bahasa Indonesia itu perlu dilakukan karena bahasa Indonesia pada sebagian siswa bukanlah bahasa ibu mereka, sehingga di sekolah siswa perlu mempelajari bahasa Indonesia untuk memahami kaidah-kaidahnya. Selain itu, ketika mempelajari bahasa Indonesia diharapkan siswa dan siswi mampu membangun empat keterampilan berbahasa, salah satunya keterampilan menulis.

Keterampilan menulis merupakan keterampilan atau kemampuan menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa tulis sebagai alat atau medianya. Kegunaan dari keterampilan ini yaitu siswa mampu menyampaikan fakta, opini dan perasaan mereka dengan lebih baik karena bahasa tulis biasanya memiliki strukturnya sendiri. Adanya struktur tersebut membuat tulisan menjadi lebih terarah dan tidak tumpang tindih. Keterampilan menulis ini mampu membantu siswa untuk menguraikan berbagai macam teks atau cerita dalam bentuk tulisan. Salah satu keterampilan menulis yang perlu diasah oleh siswa adalah menulis cerita pendek.

Cerita pendek atau yang umumnya disebut cerpen, merupakan karangan fiksi yang digemari oleh banyak orang. Sebagian orang menyukai cerpen untuk dibaca, sebagian lainnya menyukai cerpen untuk menulis. Dalam menulis cerita pendek, seorang penulis membutuhkan pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun pengalaman yang diperoleh dari orang lain atau bacaan dan media lain. Seorang penulis cerpen membutuhkan kreativitas untuk menarik perhatian pembaca, pengalaman-pengalamannya itu dapat digunakannya menjadi jalan cerita. Selain itu, dibutuhkan latihan menulis agar semakin lancar menulis karangan fiksi tersebut.

Namun, sebagian besar siswa berdasarkan pengalaman penulis selama PPL melihat bahwa siswa kurang mampu menulis cerpen dengan baik. Mereka mengerjakan cerpen dengan waktu yang sangat lama. Hal itu dikarenakan cerpen merupakan karangan yang membutuhkan kreativitas yang tinggi, mereka kurang memahami struktur cerpen dan mereka kurang memahami unsur-unsur yang terkandung dalam cerpen, serta mereka menganggap bahwa menulis merupakan hal yang sangat membosankan. Padahal dengan menulis siswa mampu mengekspresikan diri mereka sekreatif mungkin. Oleh karena itu, siswa membutuhkan media yang dapat digunakan untuk menggali kreativitas sehingga mampu menggarap imajinasi dan ide-ide yang menarik.

Dalam hal ini guru bukan hanya harus menguasai materi belajar namun harus mampu menemukan media yang tepat untuk menarik perhatian dan minat siswa sehingga tercapailah tujuan pembelajaran. Tujuan pembelajaran itu merupakan tanggung jawab guru yang menjadi tolok ukur apakah pembelajarannya tersebut berhasil atau tidak. Pembelajaran itu berhasil apabila guru dan siswa sama-sama memiliki keinginan yang kuat untuk mencapai tujuan pembelajaran. Oleh karena itu, penulis memberikan solusi dalam mengembangkan imajinasi yaitu dengan menggunakan media iklan Thailand. Iklan ini digunakan karena adanya unsur-unsur yang terdapat dalam cerpen. Adanya media tersebut diharapkan siswa mampu menuangkan imajinasinya ke dalam bentuk cerita.

Iklan Thailand merupakan media komunikasi yang sering digunakan untuk mempromosikan suatu produk kepada masyarakat luas di negara Thailand. Iklan ini sama seperti iklan lainnya, hanya saja iklan ini sering ditayangkan dengan suguhan jalan cerita tentang kehidupan sehari-hari manusia. Gunanya untuk mengajak, memengaruhi dan menawarkan suatu produk agar masyarakat membeli atau menggunakan produk tersebut.

Iklan Thailand yang dipilih oleh penulis merupakan salah satu iklan mengenai rumah. Iklan ini menceritakan bahwa sebuah keluarga tinggal di sebuah rumah pilihan ayahnya sejak anaknya kecil. Rumah itu bertahan sampai anaknya tumbuh dan ayahnya menua di rumah tersebut. Rumah itu menjadi tempat bertumbuhnya sang anak dengan kasih yang luar biasa dari ayahnya. Dari sinilah penulis menghubungkan antara keterampilan menulis cerita pendek dengan menggunakan media iklan Thailand. Adanya penelitian ini besar harapan agar dapat dipergunakan sebagai tambahan solusi dalam mengajar dan harapannya siswa mampu menghasilkan tulisan yang baik.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Penggunaan Media Iklan Thailand terhadap Kemampuan Menulis Cerita Pendek Siswa Kelas IX SMP Negeri 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

- a. Siswa kurang kreatif dalam menulis cerita pendek.
- b. Siswa kurang memahami struktur cerita pendek.
- c. Siswa kurang memahami unsur yang terdapat dalam cerita pendek.
- d. Siswa menganggap menulis adalah hal yang membosankan.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah merupakan hal penting untuk menghindari pengertian yang tidak sejalan dengan uraian penulisan. Oleh sebab itu, penelitian ini difokuskan pada “Pengaruh Media Iklan Thailand terhadap Kemampuan Menulis Cerita Pendek oleh Siswa Kelas IX SMP Negeri 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020”.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah :

- a. Bagaimanakah kemampuan siswa menulis cerita pendek dengan penggunaan media iklan Thailand dalam pembelajaran di kelas IX SMP Negeri 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020?

- b. Bagaimanakah kemampuan siswa menulis cerita pendek tanpa penggunaan media iklan Thailand dalam pembelajaran di kelas IX SMP Negeri 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020?
- c. Bagaimana pengaruh media iklan Thailand terhadap kemampuan menulis cerpen siswa kelas IX SMP Negeri 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui kemampuan menulis cerita pendek dengan menggunakan media iklan Thailand siswa kelas IX SMP Negeri 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020.
- b. Mengetahui kemampuan menulis cerita pendek tanpa menggunakan media iklan Thailand siswa kelas IX SMP Negeri 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020.
- c. Mengetahui pengaruh media iklan Thailand terhadap kemampuan menulis cerpen siswa kelas IX SMP Negeri 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi atas dua, yaitu :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menambah referensi penelitian dibidang penggunaan iklan niaga terhadap kemampuan menulis cerita pendek.

2. Secara Praktis

- a. Guru : Penelitian ini bermanfaat bagi guru mata pelajaran yang bersangkutan di SMP Negeri 13 Medan sebagai gambaran tentang tingkat penguasaan cerita pendek

- b. Pembaca, Peneliti : Dengan adanya penelitian ini, sangat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

BAB II

KAJIAN TEORITIS, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Landasan Teori

Dalam sebuah penelitian pasti memiliki sebuah masalah yang akan dibahas dengan solusinya. Maka dalam penelitian ini akan dibahas mengenai kemampuan siswa dalam menulis cerita pendek dengan masalah yang telah dipaparkan dalam bab satu. Dari masalah tersebut peneliti memberikan solusi dengan menggunakan media iklan Thailand. Iklan Thailand ini

merupakan iklan yang diambil dari negara Thailand. Iklan ini dapat digunakan sebagai media dalam pembelajaran karena dianggap dapat membantu siswa dalam menulis cerita pendek.

2.1.1 Kemampuan Menulis Cerita Pendek

Keterampilan menulis cerita pendek terdapat di kelas IX semester ganjil. Hal itu ditulis dalam silabus kelas IX dengan kompetensi dasar 4.6 Mengungkapkan pengalaman dan gagasan dalam bentuk cerita pendek dengan memperhatikan struktur dan kebahasaan, dengan indikator 4.6.1 Menyusun cerita pendek berdasarkan kerangka dengan memperhatikan struktur teks dan kebahasaan. Adapun tujuan dari pembelajaran tersebut yakni, siswa mampu menyusun cerita pendek berdasarkan kerangka dengan memperhatikan struktur teks dan kebahasaan.

2.1.1.1 Kemampuan Menulis

Kemampuan menulis merupakan kemampuan individu yang tidak semua orang memilikinya. Kemampuan ini akan memudahkan seseorang dalam berkomunikasi melalui bahasa tulis. Meskipun merupakan komunikasi tidak langsung namun kegiatan ini mampu membantu seseorang untuk menyampaikan pesan secara tepat. Dalman (2013 : 3) menyatakan, “Menulis merupakan suatu kegiatan komunikasi berupa penyampaian pesan (informasi) secara tertulis kepada pihak lain dengan menggunakan bahasa tulis sebagai alat dan medianya”.

Dalam keterampilan berbahasa terdapat empat keterampilan yaitu, keterampilan menyimak, keterampilan berbicara, keterampilan membaca dan keterampilan menulis. Hubungan keterampilan menulis dengan keterampilan berbahasa yang lainnya yaitu:

1. Menulis dan menyimak yaitu seorang ingin menuliskan sesuatu harus tahu terlebih dahulu bagaimana cara menuliskannya sehingga membutuhkan proses menyimak mengenai hal yang akan ditulis,
2. Menulis dengan membaca yaitu seorang yang banyak membaca biasanya mampu menuliskan dan mengembangkan hal-hal yang baru, atau dapat dikatakan seseorang membutuhkan sumber tertulis untuk tulisannya,
3. Menulis dengan berbicara yaitu keduanya adalah keterampilan berbahasa yang bersifat produktif.

2.1.1.2 Pengertian Keterampilan Menulis

Menulis merupakan suatu kegiatan penyampaian ide, informasi serta gagasan melalui media tulis. Menulis artinya mampu mengembangkan pokok-pokok pikiran yang akan disampaikan kepada khalayak pembaca. Dalam kegiatan menulis ada tiga unsur pokoknya, yaitu penulis, pesan dan pembaca. Penulis merupakan seseorang yang memproduksi tulisan. Pesan yakni hal-hal yang ingin disampaikan penulis kepada pembacanya. Pembaca yaitu khalayak yang membaca tulisan dari penulis. Seseorang dapat disebut sebagai penulis apabila ia mampu menulis.

Kemampuan menulis merupakan keterampilan yang dimiliki oleh penulis atau calon penulis. kecakapan itu dapat menjadi modal utama oleh seorang penulis karena menulis bukanlah hal yang mudah, diperlukan banyak kreativitas di dalam sebuah tulisan. Dalman (2013:3) mengemukakan, “Menulis merupakan suatu proses kreatif menuangkan gagasan dalam bentuk bahasa tulis dalam tujuan, misalnya memberitahu, meyakinkan, atau menghibur. Hasil dari proses kreatif ini biasa disebut dengan istilah karangan atau tulisan”.

Karangan atau tulisan merupakan hal-hal atau istilah yang sudah diproduksi oleh pengarang atau penulis. Itu sebabnya menulis bersifat produktif. Orang-orang mampu mengeksplorasi kemampuan dan pengetahuan mereka agar memproduksi tulisan yang berkualitas. McCrimmon dalam Dalman (2013:3), mengatakan, “Menulis merupakan kegiatan menggali pikiran dan perasaan mengenai suatu objek, memilih hal-hal yang akan ditulis, menentukan cara menuliskannya sehingga pembaca dapat memahaminya dengan mudah dan jelas”.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan menulis merupakan suatu kemampuan mengembangkan dan menuangkan gagasan dalam bentuk tulisan dengan bermodalkan pengetahuan-pengetahuan yang luas sehingga dapat diterima dengan mudah dan jelas oleh khalayak pembaca. Menulis juga mampu mengembangkan kreativitas yang dimiliki seseorang.

2.1.1.3 Tujuan Menulis

Menulis merupakan suatu proses kreatif memindahkan gagasan ke dalam lambang-lambang tulisan. Menulis merupakan hal yang penting dalam keterampilan berbahasa. Ia bersifat produktif yang mengakibatkan seseorang yang ingin menulis harus memiliki pengetahuan yang luas.

Dalman (2013 : 13-14), mengemukakan beberapa tujuan dari menulis sebagai berikut:

1. Tujuan Penugasan

Pada umumnya para pelajar, menulis sebuah karangan dengan tujuan untuk memenuhi tugas yang diberikan oleh guru atau sebuah lembaga. Bentuk tulisan ini biasanya berupa makalah, laporan, ataupun karangan bebas.

2. Tujuan Estetis

Pada sastrawan pada umumnya menulis dengan tujuan untuk menciptakan sebuah keindahan (estetis) dalam sebuah puisi, cerpen, maupun novel. Untuk itu, penulis pada umumnya memperhatikan benar pilihan kata atau diksi serta penggunaan gaya bahasa. Kemampuan penulis dalam mempermainkan kata sangat dibutuhkan dalam tulisan yang memiliki tujuan estetis.

3. Tujuan Penerangan

Surat kabar maupun majalah merupakan salah satu media yang berisi tulisan dengan tujuan penerangan. Tujuan utama penulis membuat tulisan adalah untuk memberi informasi kepada pembaca. Dalam hal ini, penulis harus mampu memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan pembaca berupa politik, ekonomi, pendidikan, agama, sosial, maupun budaya.

4. Tujuan Pernyataan Diri

Bentuk tulisan ini misalnya surat perjanjian maupun surat pernyataan. Jadi, penulisan surat baik surat pernyataan maupun surat perjanjian seperti ini merupakan tulisan yang bertujuan untuk pernyataan diri.

5. Tujuan Kreatif

Menulis sebenarnya selalu berhubungan dengan proses kreatif, terutama dalam menulis karya sastra, baik itu berbentuk puisi maupun prosa. Anda harus menggunakan daya imajinasi secara maksimal ketika mengembangkan tulisan, mulai dalam mengembangkan penokohan, melukiskan setting, maupun yang lain.

6. Tujuan Konsumtif

Ada kalanya sebuah tulisan diselesaikan untuk dijual dan dikonsumsi oleh para pembaca. Dalam hal ini, penulis lebih mementingkan kepuasan pada diri pembaca. Penulis lebih

berorientasi pada bisnis. Salah satu bentuk tulisan ini adalah novel-novel populer Fredy atau Mira W, atau yang lain.

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan tujuan menulis merupakan memudahkan penulis atau calon penulis menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak agar tidak terjadi tumpang tindih, atau pengertian yang menyimpang.

2.1.1.4 Manfaat Menulis

Vera (2015:114) mengatakan, Manfaat menulis yang ia jabarkan dari pendapat para ahli adalah sebagai berikut:

1. Untuk menghilangkan stres. Dengan menulis kita bisa mencurahkan perasaan perasaan sehingga tekanan batin yang kita rasakan berkurang sedikit demi sedikit sejalan dengan tulisan.
2. Alat untuk menyimpan memori. Karena kapasitas ingatan kita terbatas, maka dengan menuliskannya, kita bisa menyimpan memori lebih lama. Sehingga ketika kita membutuhkannya, kita akan mudah memnemukannya kembali.
3. Membantu memecahkan masalah. Ketika kita ingin memecahkan sesuatu permasalahan, maka kita bisa membuat daftar dengan menuliskan hal-hal apa saja yang menyebabkan masalah itu terjadi dan hal-hal apa saja yang bisa membantu untuk memecahkan masalah tersebut.
4. Melatih berpikir tertib dan teratur. Ketika kita membuat tulisan khususnya tulisan ilmiah atau dipublikasikan, maka kita dituntut untuk membuat tulisan yang sistematis sehingga pembaca bisa mengerti apa yang sebenarnya ingin kita sampaikan.

Haiston dalam Mahmud (2017:35) menyatakan,

“Beberapa alasan mengenai pentingnya menulis adalah sebagai sarana menemukan sesuatu, memunculkan ide baru, kemampuan mengorganisasikan, dan menjernihkan berbagai konsep atau ide yang dimiliki, membantu untuk menyerap dan memproses informasi, memungkinkan berlatih memecahkan beberapa masalah, dan mengungkapkan diri untuk menjadi aktif dan tidak hanya sebagai penerima informasi”.

Dari beberapa pemaparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat menulis yaitu membantu seorang penulis untuk menghilangkan beban pikirannya, penulis mampu membagi pemikiran-pemikirannya kepada pembaca. Sehingga penulis dapat memecahkan masalah, serta menyimpan data tersebut yang apabila nantinya diperlukan sebagai bukti tertulis.

Sejalan dengan itu, menulis memang sangat penting dilakukan oleh siapapun. Karena menulis merupakan suatu sarana yang dapat digunakan oleh setiap orang secara cuma-cuma. Menulis penting dilakukan untuk menemukan sesuatu yang dicari sebagai sumber, memunculkan ide baru, kemampuan mengorganisasikan, dan menjernihkan berbagai konsep atau ide yang dimiliki, membantu untuk menyerap dan memproses informasi, menjadikan diri lebih aktif dalam pemikiran dan pemberi informasi.

2.1.2 Cerita Pendek

Cerita pendek merupakan karangan yang banyak digemari oleh berbagai kalangan. Cerita pendek tersebut memberikan pengalaman tersendiri, karena mengandung amanat di setiap ceritanya. Cerita pendek yang sering disebut cerpen merupakan genre sastra yang memiliki unsur yakni tema, tokoh dan penokohan, latar, alur, sudut pandang, amanat dan gaya bahasa.

2.1.2.1 Pengertian Cerita Pendek

Istilah cerita pendek dalam keseharian disingkat dengan cerpen. Cerpen merupakan karya sastra fiksi. Isinya merupakan rekaan yang biasanya dapat diambil dari kehidupan sehari-hari.

Khair (2008:5) mengemukakan, “Cerpen atau cerita pendek bisa merupakan sebuah cerita yang memiliki format tulisan sangat singkat. Cerpen berisi penggalan cerita tertentu. Alur cerita tidak panjang dan tidak bertele-tele serta isinya padat dan pas”. Jadi, dapat disimpulkan cerita pendek merupakan cerita singkat yang berisi mengenai satu kejadian saja, karena tidak memiliki alur yang panjang.

2.1.2.2 Ciri-ciri Cerita Pendek

Aminudin (2010:32) mengemukakan beberapa hal yang dapat dijadikan pedoman mengenal cerpen, yaitu sebagai berikut:

1. Menurut bentuk fisiknya, cerita pendek (atau disingkat menjadi cerpen) adalah cerita yang pendek.
2. Ciri dasar lain cerpen adalah sifat rekaan (fiksi). Cerpen bukan penuturan kejadian yang pernah terjadi (nonfiksi), berdasarkan kenyataan kejadian yang sebenarnya. Cerpen benar-benar hasil rekaan pengarang. Akan tetapi, sumber cerita yang ditulis berdasarkan kenyataan kehidupan.
3. Ciri cerpen yang lain adalah sifat naratif atau penceritaan.

Berdasarkan ciri di atas, dapat disimpulkan bahwa ciri khusus cerita pendek adalah cerita yang ditulis secara singkat dan isinya berupa fiksi yang diceritakan berdasarkan pengalaman secara naratif.

2.1.2.3 Jenis-jenis Cerpen

Cerpen atau cerita pendek memiliki banyak jenis. Berdasarkan sasaran atau segmen pembacanya cerpen terdiri dari cerpen anak, cerpen remaja, dan cerpen dewasa. Berdasarkan

temanya terdiri dari cerpen humor, cerpen drama, cerpen misteri dan sebagainya. Khair (2008:6) mengemukakan beberapa jenis cerita pendek sebagai berikut:

Cerpen anak merupakan cerpen yang dikhususkan untuk kalangan anak-anak. Isi ceritanya sederhana, ringan dan mudah dipahami. Bahasa yang digunakan merupakan bahasa anak-anak, ringkas tapi padat. Karakter yang digemari, selain anak kecil adalah hewan atau binatang. Cerpen anak mirip dongeng. Biasanya menggambarkan tentang kehidupan persahabatan, keluarga dan sebagainya.

Cerpen remaja merupakan cerpen yang dikhususkan untuk kalangan remaja muda. Isi ceritanya agak ringan dan sederhana tetapi memiliki gaya bahasa yang sedikit gaul dan trend bagi remaja muda pada saat itu. Selain mengandung tema persahabatan dan keluarga juga mengandung tema percintaan anak muda. Cerpen remaja biasa kita temukan di majalah-majalah remaja seperti Aneka, Gadis dan sebagainya.

Cerpen dewasa merupakan cerpen yang sasaran pembacanya adalah kalangan dewasa ke atas. Bahasa yang digunakan lebih rumit, kompleks, puitis dan terkadang abstrak. Terkadang cerpen dewasa selain mengandung unsur humor juga mengandung unsur seksualitas. Tema cerpen dewasa yang diangkat bervariasi mulai dari hal-hal umum sampai hal-hal yang abstrak dan supernatural.

Cerpen humor merupakan cerpen yang banyak mengandung unsur humor di setiap alurnya. Cerpen ini lebih menonjolkan hal-hal yang lucu bagi pembaca. Selain untuk menghibur cerpen ini bertujuan untuk membuat tertawa pembacanya.

Cerpen drama memiliki tema yang agak dramatis. Cerpen ini memiliki bahasa yang dramatis, lebih puitis dan banyak mengandung kiasan. Tujuan cerpen ini lebih untuk menggugah perasaan pembaca baik suka maupun duka. Karakternya tokoh utamanya kuat, memiliki alur

cerita yang lembut dan terkadang mengandung unsur seksualitas. Biasanya bertema tentang kehidupan persahabatan, percintaan dan sebagainya.

Cerpen misteri merupakan cerpen yang banyak mengandung unsur-unsur misteri. Karakter pelaku utamanya sangat kuat dan penuh kejutan. Cerpen ini membuat pembaca penasaran dan tidak sabar menunggu sampai akhir cerita. Biasanya cerpen misteri bercerita tentang hal-hal kriminal seperti pencurian, pembunuhan serta hal-hal yang mistis. (Khair, 2008:6-8)

2.1.2.4 Unsur-unsur Pembangun Cerita Pendek

Aminudin (2010:32) mengemukakan, “Cerpen sebagai karya fiksi dibangun oleh unsur-unsur pembangun yang sama. Cerpen dibangun dari dua unsur, yaitu intrinsik dan ekstrinsik. Cerpen memiliki unsur peristiwa, plot, tema, tokoh, sudut pandang, dan lain-lain”. Aminudin (2010:32-40) mengemukakan “Unsur-unsur intrinsik” sebagai berikut:

1. Tema

Tema yang diangkat dalam cerpen biasanya sesuai dengan amanat/pesan yang hendak disampaikan oleh pengarangnya. Tema menyangkut ide cerita. Tema menyangkut keseluruhan isi cerita yang tersirat dalam cerpen. Tema dalam cerpen dapat mengangkat masalah persahabatan, cinta kasih, permusuhan, dan lain-lain. Hal yang pokok adalah tema berhubungan dengan sikap dan pengamatan pengarang terhadap kehidupan.

2. Jalan Cerita dan Plot

Plot merupakan bagian rangkaian perjalanan cerita yang tidak tampak. Adapun plot mengisinya dengan kejadian dalam rangkaian perjalanan cerita. Dengan mengikuti jalan cerita, kita dapat menemukan plotnya. Dengan demikian, pembaca akan terasah untuk mengetahui

sebab-akibat timbulnya jalan cerita dengan kehadiran plot. Plot dengan jalan cerita tidak dapat dipisahkan.

Adapun kehadiran konflik harus ada sebabnya. Untuk lebih jelasnya, tingkatan konflik adalah sebagai berikut:

1) Pengenalan konflik

Dalam bagian ini, pembaca dibawa untuk mengetahui bagaimana benih-benih konflik bisa muncul. Dalam hal ini ada taraf pengenalan bagaimana hadirnya tiap tokoh (terutama tokoh utama).

2) Konflik muncul

Munculnya konflik disebabkan hadirnya pertentangan, baik paham, pandangan, maupun emosi, yang membuat hubungan antartokoh menegang. Munculnya benih konflik ini, biasanya akan dibedakan hadirnya tokoh yang baik dan jahat. Konflik yang muncul menimbulkan gesekan sehingga jalan cerita akan dibawa semakin memuncak.

3) Konflik memuncak

Konflik yang memuncak disebut juga klimaks. Dalam cerpen, konflik digambarkan sebagai pertarungan antara tokoh protagonis dan antagonis. Protagonis adalah pelaku utama cerita, adapun antagonis adalah faktor pelawannya.

4) konflik mereda

Konflik mereda muncul setelah tegangan tokoh dalam cerita menemukan jalannya masing-masing. Konflik yang mereda hadir karena posisi masing-masing tokoh sudah ada jawabannya masing-masing.

5) Penyelesaian

Penyelesaian muncul sebagai titik akhir dari permasalahan yang telah memuncak. Dalam pembacaan cerita, penyelesaian ini akan membawa pembaca pada kesimpulannya masing-masing, yaitu menyangkut watak tokoh bahkan pembelajaran apa yang bisa diambil.

3. Tokoh dan Perwatakan

Mutu sebuah cerpen banyak ditentukan oleh kepandaian penulis menghidupkan watak tokoh-tokohnya. Kehadiran tokoh sepertinya mempunyai kepribadian sendiri. Cerpen yang baik hendaklah menampilkan jati diri tokoh walaupun tidak harus digambarkan secara implisit (langsung). Adapun penggambaran tokoh dapat ditempuh dengan beberapa jalan yang muncul dalam diri tokoh, yaitu sebagai berikut: 1) Apa yang diperbuat oleh para tokoh, 2) Melalui ucapan-ucapan tokoh, 3) Melalui penggambaran fisik tokoh, 4) Melalui pikiran-pikirannya, 5) Melalui penerangan langsung

4. Latar (Setting)

Latar (setting) dalam cerpen merupakan salah satu bagian cerpen yang dianggap penting sebagai penggerak cerita. Latar bisa berarti banyak, yaitu tempat tertentu, daerah tertentu, orang-orang tertentu dengan watak-watak tertentu akibat situasi lingkungan atau zamannya, cara hidup tertentu, serta cara berpikir tertentu. Adapun penggolongan latar dapat dikelompokkan dalam latar tempat, latar waktu, maupun latar sosial, akan dibahas di bawah ini:

1) Latar tempat

Kehadiran latar tempat dalam cerpen bukan tanpa tujuan yang pasti. Latar tempat memengaruhi bagaimana kondisi sang tokoh diciptakan. Secara sederhana, latar tempat akan memengaruhi bagaimana kondisi sang tokoh diciptakan. Secara sederhana, latar tempat akan memengaruhi gaya atau emosi tokoh dalam berbicara.

2) Latar waktu

Latar waktu menyangkut kapan cerita dalam cerpen terjadi. Latar waktu memengaruhi bagaimana cara tokoh bertindak.

3) Latar sosial

Latar sosial yang terjadi pada waktu kejadian di dalam cerpen terwakili oleh tokoh.

5. Sudut pandang (Point of view)

Sudut pandang berhubungan dengan siapakah yang menceritakan kisah dalam cerpen. Cara yang dipilih oleh pengarang akan menentukan sekali gaya dan corak cerita. Hal ini disebabkan, watak dan pribadi si pencerita (pengarang) akan banyak menentukan cerita yang dituturkan pada pembaca. Adapun sudut pandang sendiri terbagi menjadi empat macam, yaitu sebagai berikut:

1) *Objective point of view*

Dalam teknik ini, pengarang hanya menceritakan apa yang terjadi, seperti kamu melihat film dalam televisi. Para tokoh hadir dengan karakter masing-masing. Pengarang sama sekali tak mau masuk kedalam pikiran para pelaku. Dengan demikian, pembaca dapat menafsirkan sendiri bagaimana pandangannya terhadap pelaku tiap tokoh. Dengan melihat perbuatan orang lain tersebut, kita menilai kehidupan jiwanya, kepribadiannya, jalan pikirannya ataupun perasaannya.

2) *Omniscient point of view*

Dalam teknik ini, pengarang bertindak sebagai pencipta segalanya. Ia tahu segalanya. Ia bisa menciptakan apa saja yang ia perlukan untuk melengkapi ceritanya sehingga mencapai efek yang diinginkannya. Ia bisa keluar-masukan para pelaku cerita. Ciri *omniscient point of view* ini lebih cocok untuk cerita yang bersifat sejarah, edukatif maupun humoris.

3) *Point of view* orang pertama

Teknik ini dikenal dengan teknik sudut pandang “aku” . teknik sudut pandang seperti ini sangat cocok untuk cerpen yang menceritakan masalah kejiwaan (psikologis) sang tokoh.

4) *Point of view orang ketiga*

Teknik ini biasa digunakan dalam penuturan pengalaman seseorang sebagai pihak ketiga. Jadi, pengarang hanya “menitipkan” pemikirannya dalam tokoh orang ketiga. Orang ketiga “dia” dapat juga berupa nama orang. Adapun perkembangan emosi tokoh dalam membentuk konflik dapat dilihat dalam hubungannya antara tokoh utama “dia” dengan tokoh lainnya.

6. Gaya

Gaya menyangkut cara khas pengarang dalam mengungkapkan ekspresi berceritanya dalam cerpen yang ia tulis. Gaya tersebut menyangkut bagaimana seorang pengarang memilih tema, persoalan, meninjau persoalan, dan menceritakannya dalam sebuah cerpen. Hal ini menyangkut bagaimana ia menggunakan bahasa.

Gaya ini bisa dikatakan pula dengan penggunaan gaya bahasa yang khas dari tiap pengarang. Gaya bahasa itu menyangkut metafora, personifikasi, metonomia, dan lain-lain. Gaya tersebut biasa digunakan untuk memperindah kalimat. Dalam hal ini menyangkut bagaimana penggunaan kalimat, penggunaan dialog, penggunaan detail, atau cara memandang persoalan.

7. Amanat

Amanat adalah bagian akhir yang merupakan pesan dari cerita yang dibaca. Dalam hal ini, pengarang “menitipkan” nilai-nilai kehidupan yang dapat diambil dari cerpen yang dibaca. Pesan-pesan kehidupan yang ada dalam cerpen hadir secara tersirat dalam keseluruhan isi cerpen. Cerpen yang baik hendaknya mampu menggugah pembaca supaya lebih memaknai dan menghargai nilai-nilai kemanusiaan yang agung dan universal.

Berdasarkan pemaparan di atas mengenai unsur-unsur pembangun cerita pendek yaitu unsur intrinsik, dapat di simpulkan bahwa unsur pembangun tersebut memang unsur-unsur yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Unsur intrinsik, tema berperan sebagai poin utama yang harus disadari pembaca setelah membaca karya sastra. Jalan cerita dan plot yang tidak dapat dipisahkan ini, berperan menceritakan kejadian atau peristiwa kepada pembaca sehingga pembaca dapat memahami alur konflik yang terjadi. Tokoh dan perwatakan berperan sebagai pengenalan orang-orang yang berperan dalam cerita tersebut, tokoh yang berperan itu menimbulkan rasa tersendiri, dan memberikan pelajaran tersendiri kepada pembaca melalui tindakan-tindakan yang tokoh lakukan. Latar dalam cerita berperan untuk menghidupkan jalan cerita itu sendiri, sehingga alur cerita yang disampaikan terasa lebih hidup dan dapat diimajinasikan secara langsung oleh pembaca. Sudut pandang ini berperan sebagai pemberi informasi apa saja kepada pembaca sehingga pada akhirnya pembaca mengetahui siapakah yang sedang mengalami atau yang berperan dalam tokoh cerita tersebut. Gaya pada cerita memberikan kesan tersendiri kepada pembaca, ini akan menjadi ciri khas dari penulis. Amanat dalam cerita berperan sebagai pemberi pesan-pesan moral dan pengalaman-pengalaman yang dapat dipelajari di kehidupan nyata.

Adapun ketujuh unsur intrinsik tersebut, yang paling penting sesungguhnya unsur tersebut mampu membuat pembaca memberikan apresiasi yang diinginkan oleh penulis.

2.1.2.5 Struktur Cerita Pendek

Kosasih (2014:113-115) menyatakan, “Struktur cerita pendek secara umum dibentuk oleh (1) bagian pengenalan cerita, (2) penanjakan menuju konflik, (3) puncak konflik, (4) penurunan,

dan (5) penyelesaian. Bagian-bagian itu ada yang menyebutnya dengan istilah abstrak, orientasi, komplikasi, evaluasi, resolusi dan koda”.

1. Abstrak (sinopsis) merupakan bagian cerita yang menggambarkan keseluruhan isi cerita.
2. Orientasi atau pengenalan cerita, baik itu berkenaan dengan penokohan ataupun bibit-bibit masalah yang dialaminya.
3. Komplikasi atau puncak konflik yakni bagian cerpen yang menceritakan puncak masalah yang dialami tokoh utama.
4. Evaluasi, yakni bagian yang menyatakan komentar pengarang atas peristiwa puncak yang telah diceritakan. Komentar yang dimaksud dapat dinyatakan langsung oleh pengarang atau diwakili oleh tokoh tertentu.
5. Resolusi merupakan tahapan penyelesaian akhir dari seluruh rangkaian cerita. Bedanya, dengan komplikasi, pada bagian ini ketegangan sudah lebih mereda.
6. Koda merupakan komentar akhir terhadap keseluruhan isi cerita, mungkin juga diisi dengan kesimpulan tentang hal-hal yang dialami tokoh utama kemudian.

Dari beberapa poin di atas, maka dapat disimpulkan bahwa struktur cerita pendek ada enam (6), yang merupakan alur cerita yang biasanya dijumpai pada cerita pendek. Struktur diatas dapat dijadikan seorang penulis untuk langkah-langkah dalam menulis sebuah cerita pendek.

2.1.3 Media Iklan Thailand

Sebagai seorang pendidik tentunya memerlukan inovasi-inovasi untuk mengajarkan mata pelajaran kepada peserta didik. Hal ini berlaku juga dengan pembelajaran menulis cerita pendek. Maka dari pembelajaran itu media yang digunakan adalah media iklan Thailand.

Media iklan Thailand merupakan media audiovisual yang berisi mengenai iklan atau penawaran produk atau jasa yang berasal dari negara Thailand. Iklan ini sama seperti iklan lainnya, yaitu mengandung persuasif, akan tetapi sifat itu dilukiskan secara eksplisit dengan jalan cerita kehidupan manusia, yang memiliki latar, tokoh, alur dan lain sebagainya. Fahmi dan Mukaroma (2017:2) mengatakan, “Sebagian besar yang ada di Thailand, konsep yang digunakan untuk menarik perhatian khalayak dengan cara memberi sentuhan-sentuhan kemanusiaan (*Human interest*)”.

Media ini akan membantu guru memberi contoh kepada siswa mengenai pemplotan atau jalan cerita dan membantu siswa menulis cerita pendek berdasarkan cerita yang terdapat dalam iklan Thailand yang ditayangkan oleh guru.

2.1.3.1 Pengertian Media Pembelajaran

Kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti ‘tengah’, ‘perantara’, atau ‘pengantar’. Gerlack dan Ely dalam Arsyad (2017:3) menyatakan, “Media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, mater, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap”.

Robert Mills Gegne and leslie J. Briggs dalam Chusnul dan M. Fathurrohmann (2018:307) menyatakan, “Media pembelajaran meliputi alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi pembelajaran yang terdiri dari buku, *tape recorder*, kaset, video kamera”. Daryanto dalam Chusnul dan M. Fathurrohmann (2018:307) menyatakan, “Media adalah komponen sumber belajar atau wahana fisik yang mengandung materi instruksional di lingkungan peserta didik yang dapat merangsang peserta didik untuk belajar”.

Latuheru dalam Arsyad (2017:4) menyatakan, “Memberi batasan dalam media sebagai semua bentuk perantar yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju”.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat dikatakan bahwa media pembelajaran merupakan suatu alat yang dapat digunakan sebagai perantara untuk membantu peserta didik memahami materi pelajaran. Media pembelajaran bukan hanya berwujud benda, tetapi juga manusia yang dapat memberikan pengajaran dan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.

2.1.3.2 Manfaat Media Pembelajaran

Sudjana & Rivai dalam Arsyad (2017:26), mengemukakan manfaat media pembelajaran dalam proses belajar siswa sebagai berikut:

1. Pembelajaran akan lebih menarik perhatian siswa sehingga saat menumbuhkan motivasi belajar;
2. Bahan pembelajaran akan lebih jelas maknanya sehingga dapat lebih dipahami oleh siswa dan memungkinkannya menguasai dan mencapai tujuan pembelajaran;
3. Metode mengajar akan lebih bervariasi, tidak semata-mata komunikasi verbal melalui penuturan kata-kata oleh guru, sehingga siswa tidak bosan dan guru tidak kehabisan tenaga, apalagi kalau guru mengajar pada setiap jam pelajaran;
4. Siswa dapat lebih banyak melakukan kegiatan belajar sebab tidak hanya mendengarkan uraian guru, tetapi juga aktivitas lain seperti mengamati, melakukan, mendemonstrasikan, memerankan, dan lain-lain.

Dari beberapa poin di atas maka dapat dilihat bahwa peran media pembelajaran sangat membantu pendidik dan siswa dalam mencapai tujuan pembelajaran. Media pembelajaran berperan aktif dalam menyampaikan materi, menarik minat siswa, belajar secara interaktif, mempersingkat waktu, materi dapat terorganisir dengan baik, meningkatkan keinginan untuk belajar, dan tentunya guru menyampaikan materi dengan jelas sehingga tidak perlu lagi untuk mengulang-ulang materi. Hal itu tidak akan membuat guru membuang-buang tenaga, terutama guru yang memiliki banyak jam pelajaran.

2.1.3.3 Pengertian Iklan

Burke dan Kurtz dalam Priansa (2017:174) menyatakan, *Advertising is a sales message directed at a mass audience, that seeks through persuasion to sell goods, service, or ideas on behalf, of the paying sponsor*". Priansa menerjemahkan, "Iklan merupakan pesan penjualan secara langsung kepada khalayak ramai, dengan menggunakan berbagai pendekatan dalam rangka menjual berbagai macam produk, pelayanan/jasa, atau ide, yang dibayar oleh sponsor".

Kotler dan Keller dalam Priansah (2017:175) menyatakan, "Iklan adalah segala bentuk penyajian nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Iklan dapat disajikan melalui berbagai macam media, misalnya surat kabar, majalah, TV, radio, bioskop, papan reklame, dan sebagainya".

Priansa dalam bukunya Komunikasi Pemasaran terpadu (2017:175) menyimpulkan, "Iklan merupakan kegiatan mengkomunikasikan perusahaan dengan segala atributnya kepada khalayak ramai atau masyarakat secara luas, dengan menggunakan media komunikasi yang dibayar, dalam hal ini adalah media iklan".

Dari defenisi di atas maka dapat disimpulkan iklan merupakan media yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa, yang mencoba menarik minat konsumen secara luas. Melalui media tersebut iklan membuat baik perusahaan maupun konsumen sama-sama mendapatkan keuntungan, perusahaan mendapat keuntungan menyebar informasi dan mudah diakses oleh konsumen, dan konsumen mendapatkan informasi yang menarik secara detail.

2.1.3.4 Fungsi Iklan

Priansa dalam bukunya Komunikasi Pemasaran Terpadu menghubungkan antara iklan dengan komunikasi perusahaan. Hal itu dinyatakannya dalam bukunya (2017:178) menyatakan, “Iklan dihargai karena dikenal sebagai pelaksana beragam fungsi komunikasi yang penting bagi perusahaan bisnis dan organisasi lainnya”. Maka Shimp dalam Priansa (2017:178-179), beberapa fungsi komunikasi ialah:

1. Memberi informasi (*informing*)

Iklan membuat konsumen sadar akan merek-merek baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra merek yang positif.

2. Mempersuasi (*Persuading*)

Iklan yang efektif akan mampu memersuasi (membujuk) pelanggan untuk mencoba produk atau jasa yang diiklankan. Persuasi berbentuk memengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan bagi keseluruhan kategori produk.

3. Mengingatkan (*reminding*)

Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk yang diiklankan, dampak iklan memungkinkan merek periklanan untuk hadir di benak konsumen sebagai suatu kandidat merek yang akan dibeli.

4. Memberi nilai tambahan

Iklan memberi nilai tambahan pada merek dengan memengaruhi persepsi konsumen. Iklan yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi, dan bisa lebih unggul dari tawaran pesaing.

5. Mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan

Iklan hanyalah salah satu alat dari tim atau bauran komunikasi pemasaran. Peran utama iklan adalah sebagai pendamping yang memfasilitasi upaya-upaya lain dari perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran.

Dari beberapa poin penting fungsi komunikasi iklan di atas maka dapat dikatakan bahwa, fungsi iklan memudahkan perusahaan menampilkan citra dirinya untuk memberikan informasi, membujuk, mengingatkan, dan menaikkan nilai perusahaan, serta membantu meningkatkan upaya atau usaha perusahaan untuk mengenalkan produk atau jasa kepada konsumen.

Fungsi iklan melalui pandangan konsumen yaitu, konsumen mampu menerima informasi mengenai merek-merek terbaru serta mengetahui fungsi dan kegunaan produk atau jasa tersebut.

Iklan membantu konsumen untuk menemukan hal yang dibutuhkan secara efektif.

2.1.3.5 Tipe-tipe Iklan

Priansa (2017:182) menyatakan, “Seiring dengan perkembangan zaman, iklan memiliki berbagai tipe yang semakin spesifik”. Beberapa tipe iklan tersebut ialah sebagai berikut:

1. Iklan produk (barang ataupun jasa)

Iklan ini merupakan iklan konvensional. Berbagai perusahaan menggunakan iklan untuk memperkenalkan produknya kepada pelanggan, terutama produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan.

2. Iklan eceran

Iklan ini bersifat lokal dan berfokus terhadap toko. Iklan ini berfokus kepada tempat, harga, jam, dan ketersediaan barang di toko.

3. Iklan perusahaan

Iklan ini berfokus untuk membangun identitas perusahaan agar muncul karakteristik perusahaan atau korporasi tertentu.

4. Iklan bisnis ke bisnis

Iklan ini dirancang bagi perusahaan lainnya dalam rangka membangun hubungan bisnis.

5. Iklan politik

Iklan ini digunakan dalam rangka meningkatkan *awareness* tentang tokoh atau partai politik tertentu.

6. Iklan direktori

Iklan yang digunakan pada bentuk direktori tertentu yang dirancang untuk segmen yang lebih terbatas.

7. Iklan langsung

Iklan yang melibatkan komunikasi dua arah antara pengiklan dan pelanggan dengan bantuan media, yang mampu memberikan respons secara langsung.

8. Iklan pelayanan masyarakat

Iklan yang ditujukan bagi kepentingan masyarakat dengan mengangkat isu tertentu.

2.1.3.6 Iklan Thailand

Liiweri dalam Kosasih (2017:260) menyatakan, “Iklan sebagai suatu proses komunikasi untuk membantu menjual barang, memberi layanan, serta menyampaikan gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi persuasif”.

Kotler dalam Kosasih (2017:260) menyatakan, “Iklan sebagai semua bentuk penyajian nonpersonal, promosi ide-ide, promosi produk barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu. Artinya, dalam menyampaikan pesan tersebut, komunikator secara khusus melakukannya dengan cara membayar kepada pemilik media atau membayar orang yang mengupayakannya”.

Thailand merupakan suatu negara yang terdapat di Asia Tenggara. Mereka dalam bahasa aslinya menyebut *Mueang Thai*, yang berarti negeri Thai. Lamato, dkk (2017:48) menyatakan, “Thailand adalah salah satu negara yang terletak di Asia Tenggara. Secara kultural, baik dari agama, bahasa dan budaya, minoritas muslim Muangthai yang tinggi di Patani (Thailand Selatan), merupakan bagian dari bangsa melayu, apalagi tempat tinggalnya secara geografis perbatasan dengan negara-negara Melayu Malaysia”.

Fahmi dan Mukaromah (2017:2) menyatakan,

“Tidak hanya iklan Thai *Life Insurance* tetapi juga sebagian besar yang ada di Thailand, konsep yang digunakan untuk menarik perhatian khalayak dengan cara memberi sentuhan-sentuhan kemanusiaan (*Human interest*). Mereka menambahkan lagi bahwa “Thailand merupakan negara satu rumpun dan sama-sama berada di wilayah Asia Tenggara dan mempunyai ciri fisik yang hampir sama sehingga menimbulkan rasa simpati ketika kita melihat iklan tersebut dan tidak terlalu sulit untuk memahami alur ceritanya”.

Dari beberapa pemaparan di atas, maka iklan Thailand yakni iklan yang berasal dari negara Thailand yang mampu menggugah perasaan manusia yang menontonnya karena mengandung unsur kemanusiaan.

Mereka menciptakan iklan yang berbeda dan kreatif dari iklan yang lain. Mereka membuat iklan dengan mengadakan jalan cerita seorang tokoh dalam situasi tertentu, lalu menceritakan tokoh itu bagaimana menjalani dan menghadapi kehidupannya. Di dalam jalan cerita tersebut, perusahaan itu menyelipkan produk atau jasa yang digunakan tokoh saat menyelamatkan hidupnya, tentang kebiasaan baiknya. Semua yang terinspirasi dari tokoh tersebut merupakan faktor dari barang atau jasa yang ia gunakan. Sehingga dengan demikian, pemirsa menikmati jalan cerita iklan itu sekaligus tentang kegunaan produk atau jasa tersebut.

Masriatus (2017:97) menyatakan,

“The message of advertisement will be delivered easily by employing tactics of persuasive in the advertisement. Tactics of Persuasive in the advertisement is fundamentally in positive notion because in success business especially in the advertisement is applying particular tactics of persuasive in order it will change it in some way by choice, in this case, to decide the best choice. However, the commercial is one of the appropriate places for metaphors, which are best analyzed by using pragmatics perspective. Those are an attractive and efficient way for the copywriter to make positive claims for their products, brands, or services”.

Artinya: Pesan iklan akan disampaikan dengan mudah dengan menggunakan taktik persuasif dalam iklan. Taktik Persuasif dalam iklan pada dasarnya adalah gagasan positif karena dalam bisnis yang sukses terutama dalam iklan itu menerapkan taktik persuasif tertentu sehingga akan mengubahnya dengan cara tertentu melalui pilihan, dalam hal ini, untuk memutuskan pilihan terbaik. Namun, iklan adalah salah satu tempat yang tepat untuk metafora, yang paling baik dianalisis dengan menggunakan perspektif pragmatik. Itu adalah cara yang menarik dan efisien bagi penulis untuk membuat klaim positif untuk produk, merek, atau layanan mereka.

Media pada iklan sangat banyak, seperti: media cetak, media elektronik dan media digital interaktif (internet). Dalam internet, iklan sangat banyak ditemui. Dapat dilihat dari web, salah satunya *youtube*. Dalam perusahaan asing maupun lokal, mereka sama-sama menggunakan media tersebut. Hal itu dikarenakan baik perusahaan maupun pemirsa sama-sama akan mudah

dalam mengakses dan memperoleh informasi. Iklan dalam media *youtube*, dapat dijangkau kapan saja. Iklan itu akan menyebar luas, apalagi jika memberikan manfaat kepada pemirsa. Salah satu dari iklan yang menari di *youtube* yaitu iklan Thailand.

2.2 Kerangka Konseptual

Menulis merupakan suatu proses atau kegiatan yang bersifat produktif yang membutuhkan kreativitas dalam menyampaikan gagasan, ide atau informasi. Hasil dari tulisan penulis dapat berupa karya sastra fiksi maupun karya sastra nonfiksi. Karya sastra nonfiksi merupakan karya sastra yang dapat dibuktikan kebenarannya, sedangkan karya sastra fiksi merupakan karya sastra yang bersifat imajinatif. Salah satu contoh karya sastra fiksi adalah cerita pendek.

Cerita pendek yang sering disebut cerpen, dianggap seperti namanya yaitu cerita yang dibuat dengan jalan cerita yang pendek. Cerita pendek merupakan cerita yang memiliki alur dan jalan cerita yang terbatas, namun tetap terkonsep tujuannya. Salah satu tujuannya yaitu memberikan pengajaran kepada pembacanya. Hal itu berarti cerita pendek yakni cerita singkat yang memiliki amanat untuk ditemukan oleh pembacanya.

Namun, dalam menulis cerita pendek dibutuhkan proses kreatif untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh pembaca. Kreativitas itu harus dimiliki oleh seorang penulis untuk mencuri perhatian pembaca. Oleh sebab itu, dalam pembelajaran menulis kreatif cerita pendek, siswa membutuhkan sumber yang tepat. Guru sebagai media nyata bagi siswa dapat memenuhi kebutuhan itu untuk mencapai tujuan pembelajaran itu. Sumber yang dimaksudkan yaitu iklan Thailand.

Iklan Thailand merupakan iklan yang berasal dari negara Thailand. Iklan ini pada umumnya sama saja dengan iklan yang lain, yaitu berisi pengenalan produk atau jasa. Iklan ini disampaikan dengan amanat yang disampaikan secara eksplisit. Iklan itu memiliki jalan cerita kehidupan seseorang. Sedangkan produk atau jasa yang ingin disampaikan dari perusahaan ke konsumen, diselipkan di tengah cerita atau di akhir cerita. Sehingga setelah menonton iklan tersebut ada dua hal yang dapat diperoleh oleh pemirsa yaitu amanat dan informasi mengenai produk atau jasa itu sendiri.

2.3 Hipotesis Penelitian

Merumuskan hipotesis terlebih dahulu penulis memaparkan pengertian hipotesis. Sugiyono (2016:64) mengatakan bahwa, “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.” Hipotesis statistik terbagi atas dua bagian yaitu :

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara media iklan Thailand terhadap kemampuan menulis cerita pendek oleh siswa kelas IX SMP Negeri 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020.

Ha : Terdapat pengaruh signifikan antara media iklan Thailand terhadap kemampuan menulis cerita pendek oleh siswa kelas IX SMP Negeri 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hal itu karena masalah-masalah yang terdapat dalam rumusan masalah tidak berkembang dan hanya menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Hipotesis terdapat pengaruh media pembelajaran iklan Thailand terhadap kemampuan menulis cerita pendek. Setelah rumusan hipotesis tersebut maka sudah jelas dan sudah dapat dibuktikan dengan pendekatan kuantitatif.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di sekolah SMPN 13 Medan pada siswa kelas IX Tahun Ajaran 2019/2020. Adapun pemilihan tempat tersebut sebagai subjek penelitian didasari pertimbangan sebagai berikut :

- a. Sekolah SMP Negeri 13 Medan belum pernah diadakan penelitian dengan masalah yang sama.
- b. Sekolah SMP Negeri 13 Medan memiliki jumlah populasi yang representatif.
- c. Sekolah SMP Negeri 13 Medan berada pada lokasi yang kondusif untuk dijadikan tempat penelitian.

3.3 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan diadakan pada semester ganjil tahun ajaran 2019/2020. Penelitian ini dilakukan karena materi yang hendak diajarkan dalam penelitian ini terdapat di semester ganjil.

3.4 Populasi dan Sampel

Setiap penelitian pasti memiliki populasi maupun sampel. Populasi dan sampel dapat digunakan sebagai data yang konkrit untuk mengetahui akuratnya hasil penelitian yang dijalankan.

3.4.1 Populasi Penelitian

Sugiyono (2016 : 80) mengatakan, “Populasi adalah wilayah, generalisasi yang terdiri atas :obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Nazir (2014:240) mengatakan, “Suatu populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan”.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan kelas IX SMPN 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020 sebanyak 264 siswa dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 3.1

Populasi kelas IX SMP Negeri 13 Medan.

No	Kelas	Jumlah
1	IX-1	35
2	IX-2	33
3	IX-3	35
4	IX-4	33
5	IX-5	36
6	IX-6	34
	Jumlah	206

3.4.2 Sampel Penelitian

Sugiyono (2016 : 81) menyatakan, “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Nazir (2014:240) menyatakan, “Sebuah sampel adalah bagian dari populasi. Survei sampel adalah suatu prosedur di mana hanya sebagian dari populasi

saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi”.

Sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *cluster*, dengan mengambil 15% dari populasi dengan jumlah siswa 206 orang. Peneliti menggunakan kertas acak dan memilih kelas IX-3, dengan demikian kelas yang diambil untuk dijadikan sampel yaitu kelas IX-3.

3.5 Defenisi Operasional

Berikut adalah upaya untuk menciptakan kesatuan pemahaman yang digunakan dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Media Iklan Thailand Terhadap Kemampuan Menulis Siswa Kelas IX SMP Negeri 13 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020”.

3.5.1 Variabel Bebas

Variabel bebas dalam penelitian ini mengenai penggunaan atau pengaruh media iklan Thailand. Media iklan Thailand merupakan media yang digunakan dengan audiovisual yang dapat dilihat dan didengar oleh siswa untuk menstimulus. Media ini sangat diperlukan siswa dan guru untuk dapat mengetahui langsung apakah ada pengaruh dalam media ini. Oleh karena itu, peneliti ingin lebih dalam melihat bagaimana sebenarnya pengaruh media iklan Thailand terhadap materi menulis cerita pendek.

3.5.1 Variabel Terikat

Variabel terikat dalam penelitian ini mengenai kemampuan menulis cerita pendek siswa kelas IX SMP. Cerita pendek merupakan cerita yang memiliki jalan cerita yang singkat,

permasalahan yang disajikanpun sedikit. Maka dari itu, perlu mempelajari dan memahami konsep menulis cerita pendek.

3.6 Desain Eksperimen

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian eksperimen. Metode penelitian ini dapat diartikan sebagai penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang terkendalikan (Sugiyono 2017:72). Bentuk penelitian ini adalah *one group pretest-posttest design*. Dalam desain penelitian ini terdapat pretes, sebelum diberi perlakuan, dan *posttest* sesudah diberi perlakuan. Akan tetapi terdapat kemungkinan masing-masing subjek sampel memiliki kemampuan dasar yang berbeda-beda. Siswa yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini akan mendapat perlakuan yang sama yaitu test diawal (*pre-test*), perlakuan dengan menggunakan media iklan thailand dalam pembelajarannya dan test akhir (*post-test*). Dengan demikian, hasil perlakuan dapat diketahui lebih akurat, karena dapat membandingkan dengan keadaan sebelum diberi perlakuan.

Tabel 3.2 Desain Eksperimen *One Grup Pretest-Posttest Design*

Kelas	Pretest	Perlakuan	Posttest
Eksperimen	O1	Iklan thailand	O2

Keterangan:

O1: *Pretest* (tes awal) menulis cerita pendek sebelum mendapat perlakuan

X: Perlakuan dengan media iklan thailand

O2: *Posttest* (test akhir) menulis cerita pendek

3.7 Instrumen Penelitian

Sugiono (2016:102) mengatakan, “ Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian”. Jadi, instrumen penelitian merupakan alat ukur yang baik untuk kebutuhan peneliti.

Tabel 3.3 Aspek Penilaian

No	Aspek	Indikator	Skor
1	Kesesuaian judul teks dengan cerita	a. Isi teks sangat sesuai dengan tema/jalan cerita yang ditentukan. b. Isi sesuai dengan tema/jalan cerita yang ditentukan. c. Isi teks cukup sesuai dengan tema/jalan cerita yang ditentukan. d. Isi teks kurang sesuai dengan tema/jalan cerita yang ditentukan. e. Isi teks tidak sesuai dengan tema/jalan cerita yang ditentukan.	a. 5 b. 4 c. 3 d. 2 e. 1
2	Ketepatan logika urutan cerita/Struktur teks	a. Struktur teks sangat sesuai dengan kaidah cerita pendek. b. Struktur teks sesuai dengan kaidah cerita pendek. c. Struktur teks cukup sesuai dengan kaidah cerita pendek. d. Struktur teks kurang sesuai dengan kaidah cerita pendek. e. Struktur teks tidak sesuai dengan kaidah cerita pendek.	a. 5 b. 4 c. 3 d. 2 e. 1
3	Ketepatan detail cerita	a. Detail cerita sangat tepat b. Detail cerita tepat c. Detail cerita cukup tepat d. Detail cerita kurang tepat e. Detail cerita tidak tepat	a. 5 b. 4 c. 3 d. 2 e. 1
4	Pilihan kata	a. Sangat baik b. Baik c. Cukup baik d. Kurang baik	a. 5 b. 4 c. 3 d. 2

		e. Tidak baik	e. 1
5	Kalimat/tanda baca ejaan	a. Kalimat/tanda baca ejaan sangat sesuai b. Kalimat/tanda baca ejaan sesuai c. Kalimat/tanda baca ejaan cukup sesuai d. Kalimat/ tanda baca ejaan kurang sesuai e. Kalimat/tanda baca ejaan tidak sesuai	a. 5 b. 4 c. 3 d. 2 e. 1
6	Unsur Pembangun karya sastra	a. 6-7 unsur pembangun karya sastra b. 4-5 unsur pembangun karya sastra c. 3 unsur pembangun karya sastra d. 1-2 unsur pembangun karya sastra e. Tidak terdapat unsur pembangun karya sastra	a. 5 b. 4 c. 3 d. 2 e. 1

Dimodifikasi dari Nurgiyantoro (2017:473)

Adapun rumus untuk mencari nilai skor yaitu:

$$\text{Skor} = \frac{n}{N} \times 100$$

Keterangan:

n = Jumlah skor

N = Jumlah skor maksimal

Nurgiyantoro (2017:277), juga mengatakan penentuan kriteria dengan perhitungan persentase untuk skala empat, antara lain:

Tabel 3.4 Persentase nilai

Interval Persentase Tingkat Penguasaan	Nilai Ubahan Skala Empat		Keterangan
	1-4	D-A	
86-100	4	A	Baik Sekali
76-85	3	B	Baik
56-74	2	C	Cukup
10-55	1	D	Kurang

3.8 Jalannya Eksperimen

Tabel 3.5 Kegiatan dalam Penelitian

Pertemuan	Kegiatan Guru	Kegiatan siswa	Alokasi waktu
1	Kegiatan awal		15
	Guru memberikan salam dan memperkenalkan diri	Siswa menjawab salam	
	Guru memberikan motivasi dan gambaran pembelajaran	Siswa mendengarkan motivasi dan memahami gambaran pembelajaran	
	Apersepsi	Siswa memahami apersepsi	
	Guru menjelaskan indikator yang akan dicapai dalam pembelajaran	Siswa memahami indikator	
	Kegiatan inti		90 menit
	a. Guru memberikan <i>pretest</i> kepada siswa yaitu menulis cerita pendek	Siswa menulis cerita pendek	
	b. Guru menyuruh siswa mengumpulkan <i>pretest</i> dan mengakhiri pembelajaran	Siswa mengumpulkan tugas	
	Kegiatan penutup		15 menit
	Guru menyuruh siswa untuk menyimpulkan hasil pembelajaran	Siswa menyimpulkan hasil pembelajaran	
	Guru menyuruh siswa melakukan refleksi terhadap kegiatan yang sudah dilakukan	Siswa melakukan refleksi	
	Guru menutup kelas		
2	Kegiatan awal		15 menit

	Guru memberi salam	Siswa menjawab salam	
	Guru memberikan motivasi dan gambaran pembelajaran	Siswa mendengarkan motivasi	
	Apersepsi	Siswa memahami apersepsi	
	Guru menjelaskan indikator yang akan dicapai dalam pembelajaran	Siswa memahami penjelasan guru	
	Kegiatan inti		90 menit
	Mengamati: Guru menayangkan video iklan thailand	Siswa mengamati video iklan thailand	
	Menanya: Guru bertugas untuk menjawab pertanyaan siswa mengenai materi yang belum dipahami	Siswa bertanya kepada guru mengenai materi yang belum dipahami	
	Mencari informasi: Guru memberikan saran kepada siswa untuk dapat memperoleh informasi lebih	Siswa berhak mencari informasi yang telah diberikan oleh guru	
	Mengasosiasi: Guru menghubungkan media iklan thailand dengan materi cerita pendek yang akan dikerjakan oleh siswa	Siswa memahami hubungan antara media iklan thailand dengan cerita pendek	
	Mengkomunikasikan: Guru menyuruh siswa untuk membuat kerangka cerita pendek berdasarkan video iklan thailand	Siswa mengerjakan kerangka cerita pendek	
	Kegiatan Akhir		15 menit
	Guru menyuruh siswa melakukan refleksi	Siswa melakukan refleksi	

	terhadap kegiatan yang sudah dilakukan		
	Guru menutup kelas		
3	Kegiatan awal		15 menit
	guru memberi salam	Siswa menjawab salam	
	Apersepsi	Memahami apersepsi	
	Kegiatan inti		90
	1. Guru memberikan soal <i>posttest</i> kepada siswa untuk menulis cerita pendek berdasarkan cerita iklan thailand yang sudah ditayangkan 2. Guru menyuruh siswa mengumpulkan jawaban.	Siswa mengerjakan soal menulis cerita pendek berdasarkan jalan cerita iklan thailand yang sudah ditayangkan	
	Kegiatan penutup		15
	Guru menyuruh siswa melakukan refleksi	Siswa melakukan refleksi	
	Guru mengucapkan terimakasih dan salam perpisahan	Siswa menjawab salam	

3.9 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang dipaparkan, maka sangat diperlukan sebuah teknik dalam menganalisis data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis komparasional. Teknik analisis komparasional adalah salah satu teknik analisis kuantitatif atau salah satu teknik analisis statistik yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis mengenai dan mendeteksi (ada atau tidaknya) perbedaan antara variabel yang sedang diteliti. (Sudjana, 2005: 275).

Adapun rumus teknik analisis komparasional yang digunakan adalah tes “t” untuk dua sampel besar yang satu sama lain tidak mempunyai hubungan.

$$t_0 = \frac{M_{x1} - M_{x2}}{SE_{MX1-MX2}}$$

Keterangan:

t_0 = t observasi

M_{X1} = Mean kelompok *Pretest*

M_{X2} = Mean *posttest*

$SE_{MX1-MX2}$ = Standar error perbedaan kedua kelompok

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

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

Pengalisan data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan data variabel X_1 dan data variabel X_2
2. Menganalisis hasil belajar siswa terhadap pembelajaran menulis cerita pendek tanpa menggunakan media iklan thailand (Variabel X_1), yaitu:
 - a. Mentabulasi distribusi frekuensi variabel X_1 , dan
 - b. Mencari nilai rata-rata (mean), standard deviasi, dan standard error variabel X_1

1) Mencari nilai rata-rata mean dengan rumus:

$$M_{X1} = \frac{\sum fX}{N}$$

M_{X1} = Nilai rata-rata variabel X_1

$\sum fX_1$ = Jumlah perkalian frekuensi dengan skor (nilai) variabel X_1

N = Banyaknya subjek yang diteliti

2) Mencari standar deviasi dengan rumus

$$SD_{X_1} = \sqrt{\frac{\sum fX^2}{N_1}}$$

SD_{X_1} = Deviasi standard dari sampel yang diteliti

$\sum fX^2$ = Jumlah perkalian frekuensi dengan skor (nilai) yang dikuadratkan

N_1 = Banyaknya subjek yang diteliti

3) Mencari standar error dengan rumus

$$SE_{MX_1} = \frac{SD_{X_1}}{\sqrt{N - 1}}$$

SE_{MX_1} = Besarnya kesalahan mean sampel X_1

SD_{X_1} = Daviasi standard dari sampel yang diteliti

N = Banyaknya subjek yang diteliti

I = Bilangan konstan

3. Menganalisis hasil belajar siswa terhadap pembelajaran menulis cerita pendek dengan menggunakan media iklan thailand (X_2), yaitu:

a. Mentabulasi distribusi frekuensi variabel X_2 , dan

b. Mencari nilai rata-rata (mean), standard deviasi, dan standar eror variabel X_2

1) Mencari nilai rata-rata mean dengan rumus:

$$M_{X_2} = \frac{\sum fX_2}{N}$$

M_{X_2} = Nilai rata-rata variabel X_2

$\sum fX_2$ = Jumlah perkalian frekuensi dengan skor (nilai) variabel X_2

N = Banyaknya subjek yang diteliti.

2) Mencari standar deviasi dengan rumus

$$SD_{X_2} = \sqrt{\frac{\sum fX^2}{N_1}}$$

SD_{X_2} = Deviasi standard dari sampel yang diteliti

$\sum fX^2$ = Jumlah perkalian frekuensi dengan skor (nilai) yang dikuadratkan

N_1 = Banyaknya subjek yang diteliti

3) Mencari standar error dengan rumus

$$SE_{MX_2} = \frac{SD_{X_1}}{\sqrt{N-1}}$$

SE_{MX_2} = Besarnya kesalahan mean sampel X_1

SD_{X_2} = Daviasi standard dari sampel yang diteliti

N = Banyaknya subjek yang diteliti

1 = Bilangan konstan

4. Menganalisis perbedaan hasil belajar siswa antara pembelajaran menulis cerita pendek dengan menggunakan media iklan thailand (perbedaan mean variabel X_1 dengan mean variabel X_2).

3.9.1 Uji Persyaratan Analisis Data

a. Uji normalitas

Uji kenormalan dilakukan secara parametrik dengan menggunakan penaksir rata-rata pada simpangan baku. Uji yang dikenal dengan uji Lilifors. Misalkan kita mempunyai sampel acak dengan hasil pengamatan x_1, x_2, \dots, x_n . Berdasarkan sampel ini akan diuji hipotesis nol bahwa sampel tersebut berasal dari populasi berdistribusi normal melawan hipotesis tandingan bahwa hipotesis tidak normal.

Untuk pengujian hipotesis nol tersebut, kita tempuh prosedur sebagai berikut:

1. 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),

a. Untuk setiap bilangan baku ini menggunakan daftar distribusi normal baku

kemudian dihitung $F(z_1) = P(z \leq z_1)$,

b. 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 $S(z_1) =$

$$\frac{\text{banyaknya } z_1, z_2, \dots, z_n \text{ yang } \leq z_1}{n}$$

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

d. Ambil harga yang paling besar diantara harga-harga mutlak selisih tersebut (Lo).

b. Uji homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah data mempunyai varian yang sama (homogen) atau tidak. 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 $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka kedua sampel mempunyai varian yang sama

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

2. Uji hipotesis

Uji hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan uji “t” (Sudijono, 2007: 282-285)

dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

t_o = t observasi

M_1 = Mean hasil *post-test*

M_2 = Mean hasil *pre-test*

$SE_{M_1-M_2}$ = Standar error perbedaan kedua kelompok

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

$$SE_{M_1-M_2} = \sqrt{SE_{M_1} + SE_{M_2}}$$

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

