

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa adalah informasi yang digunakan setiap individu yang disampaikan melalui alat ujar manusia yang memiliki makna. Menurut Depdiknas (2011:58) “Bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang dipergunakan para anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri, percakapan kata penghubung yang digunakan untuk menghubungkan bagian-bagian ujaran”. Dalam kurikulum di sekolah biasanya mencakup empat keterampilan berbahasa, yaitu keterampilan menyimak (*listening skill*), keterampilan berbicara (*speaking skill*), keterampilan membaca (*reading skill*), dan keterampilan menulis (*writing skill*). (Tarigan 2008:2). Untuk menguasai keterampilan berbahasa tersebut hanya dapat dilakukan dengan cara belajar dan banyak berlatih. Melatih keterampilan berbahasa berarti pula melatih keterampilan berpikir (Dawson {et all}, 1963; Tarigan, 2008:3).

Keterampilan berpikir dapat dituangkan dengan cara keterampilan menulis. Keterampilan menulis ini sangat berpengaruh pada setiap peserta didik terutama pada saat proses pembelajaran di sekolah. Untuk terampil dalam menulis kita harus bisa menuangkan ide atau gagasan dalam bentuk tulisan. Ide yang dimaksud dalam Depdiknas (2011:158), yaitu rancangan yang tersusun di dalam pikiran, gagasan dan cita-cita. Dengan kemudian, dari gagasan atau ide-ide tersebut dituangkan dengan tulisan, dan tulisan itu disebut dengan teks.

Teks merupakan naskah, yaitu kata-kata asli dari pengarangnya; kutipan dari kitab suci untuk pangkal jajaran atau dalil alasan; sesuatu yang tertulis untuk daftar memberi pelajaran atau berpiadato dan sebagainya Depdiknas (2011:355). Menurut Kosasih (2018:250) “Teks

merupakan hasil analisis terhadap suatu berita”. Dalam dunia pendidikan, terutama pada pembelajaran Bahasa Indonesia pembelajaran mengenai teks sudah biasa didengarkan, yang salah satunya itu ada teks iklan, teks slogan, dan teks poster.

Teks iklan merupakan teks yang berupa tulisan dan isinya berupa bujukan untuk menawarkan suatu barang yang akan didagangkan pada masyarakat dengan menggunakan bahasa yang persuasif bersifat mengajak (Priansa 2017:173) . Teks iklan ini biasanya disampaikan melalui media massa seperti koran, internet, televisi dan radio. Teks slogan merupakan tulisan yang berupa kata-kata yang relatif singkat, menarik, memiliki makna dan sangat mudah diingat oleh beberapa orang dan digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi pada masyarakat. Teks poster tidak jauh berbeda dari teks slogan, hanya saja teks poster memiliki desain huruf yang lebih menarik dari teks slogan.

Akan tetapi dalam menulis teks iklan, slogan/poster dalam pembelajaran di sekolah masih banyak siswa yang mengalami kesulitan untuk menuliskan teks iklan, slogan/poster. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa faktor yakni (1) siswa kurang mampu memilih bahasa yang baik untuk menarik perhatian khalayak, (2) siswa kurang mampu menentukan tema dalam menulis teks slogan/poster, (3) siswa kurang mampu membuat bahasa persuasif dalam menulis iklan, slogan/poster, (4) kurangnya minat siswa dalam menulis teks iklan, slogan/poster, serta (5) siswa kurang mampu mendesain huruf dalam menulis teks iklan, slogan/poster.

Dari permasalahan tersebut telah dipaparkan, penulis bertujuan serta memusatkan pada permasalahan siswa kurang mampu membuat bahasa persuasif dalam menulis teks iklan, slogan/poster. Dari permasalahan yang telah dipaparkan siswa diminta untuk memperhatikan guru dalam mengajar dengan menggunakan media *Adobe Flash CS5* . Media *Adobe Flash CS5* merupakan perangkat pembelajaran yang menggunakan perangkat computer yang berisi musik,

gambar, animasi, foto dan lainnya. Oleh karena itu, penulis memilih judul “Pengaruh media Adobe Flash CS5 terhadap kemampuan siswa menulis teks iklan, slogan/poster”.

1.2 Identifikasi Masalah

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

- a. Kurangnya kemampuan memilih bahasa yang baik untuk menarik untuk perhatian khalayak.
- b. Kurangnya kemampuan menentukan tema teks iklan, slogan/poster.
- c. Kurangnya kemampuan membuat bahasa persuasif dalam menulis teks iklan, slogan/poster.
- d. Kurangnya minat siswa dalam menulis teks iklan, slogan/poster.
- e. Kurangnya kemampuan siswa mendesain huruf dalam menulis teks iklan, slogan/poster.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah merupakan hal penting untuk menghindari pengertian yang tidak sejalan dengan uraian penulisan. Dalam pembatasan masalah ini untuk untuk membatasi masalah yang jelas, solusi yang jelas. Oleh sebab itu, penelitian ini difokuskan pada “Pengaruh Media *Adobe Flash CS5* Terhadap Kemampuan Siswa Menulis Iklan, Slogan/Poster Di Kelas VIII SMP Negeri 13 Medan Semester Ganjil Tahun Pembelajaran 2019/2020”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas peneliti membuat rumusan masalah terhadap hakikat masalah yang akan diteliti. Peneliti membuat rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana kemampuan siswa menulis teks iklan, slogan/poster tanpa media *Adobe Flash CS5* di kelas VIII SMP Negeri 13 Medan Semester Ganjil Tahun Pembelajaran 2019/2020?
2. Bagaimana kemampuan siswa menulis teks iklan, slogan/poster dengan penggunaan media *Adobe Flash CS5* di kelas VIII SMP Negeri 13 Medan Semester Ganjil Tahun Pembelajaran 2019/2020?
3. Bagaimana pengaruh media *Adobe Flash CS5* terhadap kemampuan siswa menulis teks iklan, slogan/poster di kelas VIII SMP Negeri 13 Medan Semester Ganjil Tahun Pembelajaran 2019/2020?

1.5 Tujuan Pembelajaran

Dalam melaksanakan penelitian, tujuan penelitian merupakan langkah yang paling mendasar, Sehubungan dengan ini, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kemampuan siswa menulis teks iklan, slogan/poster tanpa media *Adobe Flash CS5* di kelas VIII SMP Negeri 13 Medan Semester Ganjil Tahun Pembelajaran 2019/2020.
2. Untuk mengetahui tingkat kemampuan siswa menulis teks iklan, slogan/poster dengan menggunakan menggunakan media *Adobe Flash CS5* di kelas VIII SMP Negeri 13 Medan Semester Ganjil Tahun Pembelajaran 2019/2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh media *Adobe Flash CS5* terhadap kemampuan siswa menulis teks iklan, slogan/poster di kelas VIII SMP Negeri 13 Medan Semester Ganjil Tahun Pembelajaran 2019/2020.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dibagi menjadi dua bagian yaitu mafaat teoritis dan mafaat praktis.

Adapun mafaat penelitian ini adalah sebagai beriku:

Manfaat Teoritis adalah:

1. Untuk bahan referensi dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, terkhususnya dalam menulis teks iklan, slogan/poster.
2. Untuk menambah karya tulisan teks iklan, slogan/poster bagi peneliti diharapkan bermanfaat bagi pengembangan teori pendidikan.

Manfaat praktis adalah:

- a. Penelitian ini bermanfaat bagi guru dan mata pelajaran yang bersangkutan di SMP Negeri 13 Medan sebagai gambar tentang tingkat kemampuan siswa menulis teks iklan, slogan/poster.
- b. Pembaca dan peneliti
Dengan adanya penelitian ini, sangat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan.
- c. Sebagai masukan bagi lembaga untuk memperbaiki mutu calon guru.

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Landasan Teori

Landasan teori merupakan seperangkat defenisi, konsep, proporsi yang telah disusun rapi, dan sistematis tentang variabel-variabel baik itu variabel bebas maupun variabel terikat. Penelitian dengan menggunakan media *Adobe Flash CS5* ini sebelumnya sudah pernah diteliti orang lain. Saya menulis judul ini karena media *Adobe Flash CS5* ini cocok dengan variabel terikat saya yaitu, mengenai iklan, slogan/poster, namun judul yang saya jadikan sebagai penelitian saya berbeda dari penelitian orang lain, dan yang menjadi perbedaannya yaitu terletak pada bagian variabel terikatnya. Dengan demikian adapun acuan masalah yang dimuat menjadi penelitian yaitu pengaruh media *Adobe Flash CS5* terhadap kemampuan menulis teks iklan, slogan/poster. Oleh sebab itu berikut merupakan dasar penulisan penelitian ini.

2.1.1 Kemampuan Menulis Iklan, Slogan/Poster

Keterampilan menulis teks iklan, slogan/poster terdapat pada silabus kelas VIII SMP semester ganjil. Materi itu dimuat di kompetensi dasar 4.3 Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau

poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber. Dengan indikator 4.3.1 Membuat isi iklan, slogan/poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber, 4.3.2 Menyajikan isi iklan, slogan/poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber. Adapun tujuan pembelajaran yaitu peserta didik mampu membuat dan menyajikan isi iklan, slogan/poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber. (Silabus Bahasa Indonesia Kelas VIII SMP).

2.1.1.1 Kemampuan Menulis

Setiap manusia memiliki kemampuan yang berbeda-beda. Dari kemampuan tersebut manusia bisa melakukan sesuatu yang diinginkannya. Kemampuan yang dimiliki setiap manusia dipengaruhi oleh dari cara berfikir dan dari cara seseorang sering melatih kemampuannya dan mengembangkannya dalam kehidupan sehari-harinya. Menurut Depdiknas (2011:232) “Kemampuan Berasal dari kata mampu yang artinya “berada, kuasa, kaya, dan kekuatan”. Kemampuan merupakan kesanggupan atau kekuatan dalam melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan sesuai dengan kondisi yang diharapkan. Menurut Tarigan (2008:1) “Kemampuan merupakan pengetahuan apa yang dipunya pemakai bahasa tentang bahasanya dan dinilai sebagai objek penting”

2.1.1.1.1 Pengertian Menulis

Menulis merupakan salah keterampilan yang mempunyai peranan yang sangat penting bagi setiap manusia. Menulis merupakan salah satu sarana komunikasi seperti halnya berbicara. Namun, penggunaan bahasa dalam menulis tidaklah sama dengan komunikasi lisan. Hal ini dikarenakan bahasa digunakan secara fungsional yaitu pemakaian bahasa sebagai media interaksi

dan transaksi. Dengan demikian, kegiatan menulis menuntut kecakapan dan kemahiran dalam mengatur menggunakan bahasa, gagasan secara sistematis serta mengungkapkan secara tersurat.

Menurut Semi M. Atar (2017:14) “Menulis merupakan suatu proses kreatif memindahkan gagasan ke dalam lambang-lambang tulisan”.

Menurut Dalman (2015:3) “Menulis merupakan suatu kegiatan komunikasi berupa penyampaian pesan atau informasi secara tertulis kepada pihak lain dengan menggunakan bahasa tulis sebagai alat atau medianya”.

Menurut Zainurrahman (2013:2) “Menulis merupakan salah satu keterampilan yang dikuasai oleh setiap orang, apalagi menulis dalam konteks akademik (*academic writing*), seperti menulis esai, karya ilmiah, laporan penelitian, dan sebagainya”. Selanjutnya, Tarigan (dalam Dalman, 2015:4) “Menulis merupakan melukiskan lambang-lambang grafis yang menghasilkan suatu bahasa yang dipahami oleh seseorang sehingga orang lain dapat membaca lambang-lambang grafis tersebut dan dapat memahami bahasa grafis itu”.

Berdasarkan pendapat para pakar di atas dapat disimpulkan bahwa menulis adalah suatu kegiatan yang memerlukan kemahiran dan lambang-lambang tulisan agar penyampaian pesan dapat dipahami oleh pembacanya.

2.1.1.1.2 Fungsi Dan Tujuan Menulis

Setiap orang yang hendak menulis tentu mempunyai niat atau maksud di dalam hati atau pikiran yang hendak dicapainya dengan menulis. Niat atau maksud itulah yang dinamakan dengan tujuan menulis. Menurut Semi (2013:14) menyatakan tujuan menulis sebagai berikut:

1. Untuk menceritakan sesuatu
2. Untuk memberikan petunjuk atau pengarahan
3. Untuk menjelaskan sesuatu

4. Untuk menyakinkan sesuatu
5. Untuk merangkum.

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan menulis mempunyai fungsi sebagai alat komunikasi yang tidak langsung yang dapat memudahkan pelajar untuk berpikir secara aktif dan kritis.

2.1.1.2 Pengertian Iklan

Menurut Priansa (2017: 174) “Iklan merupakan sebagai segala bentuk pesan tentang produk perusahaan/pemasaran yang disampaikan oleh perusahaan/pemasaran melalui berbagai media dan dibiayai oleh perusahaan/pemasar, yang ditujukan bagi kalangan tertentu atau masyarakat secara luas”. Menurut Burke (dalam Priansa, 1985:174) “Iklan merupakan pesan penjualan secara langsung pada khalayak ramai, dengan menggunakan berbagai pendekatan dalam rangka menjual berbagai macam produk, pelayanan/jasa, ide, yang dibayar oleh sponsor”.

Menurut Kosasih (2018:260) “Iklan diartikan sebagai pemberitahuan melalui media massa kepada khalayak mengenai suatu barang atau jasa”. Menurut Kotler dalam Kosasih (2018:260) “Iklan merupakan semua bentuk penyajian nonpersonal, promosi ide-ide, promosi produk barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu”. Menurut Liiweri (dalam Kosasih, 2018:260) “Iklan merupakan suatu proses komunikasi untuk membantu menjual barang, memberi layanan, serta menyampaikan gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi persuasif”.

Berdasarkan beberapa pendapat para pakar di atas dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan suatu informasi yang ditujukan kepada masyarakat untuk menjual barang atau jasa dengan menggunakan bahasa yang baik dan bahasa persuasif.

2.1.1.3 Pengertian Slogan

Dalam Depdiknas, kata “slogan” memiliki makna perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan sesuatu.

Menurut Maryati (dalam Pratiwi, 2012:19) “Slogan merupakan perkataan atau kalimat pendek yang menarik dan mudah di ingat untuk memberitahukan atau menyampaikan sesuatu. Slogan sangat penting di dunia periklanan”. Dengan slogan, iklan tersebut akan sangat mudah diingat publik dan akan lebih dikenal. Kalimat slogan haruslah kreatif dan juga tidak ketinggalan zaman. Slogan bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi dan mempengaruhi pandangan serta pendapat orang terhadap informasi tersebut.

Menurut Soewaji Bastomi (dalam Yusuf, 2010:13) “Dalam ilmu seni rupa slogan adalah tulisan yang indah menarik perhatian banyak orang untuk mempengaruhi sikap danprinsi orang lain”.

Menurut Marwanto (dalam Yusuf, 2010:13) “Slogan merupakan tulisan-tulisan yang mengungkapkan gagasan atau ide seseorang yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan digunakan untuk mempengaruhi seseorang”.

Dari pendapat para pakar tersebut dapat disimpulkan bahwa slogan merupakan tulisan-tulisan yang berisikan ide atau gagasan seseorang yang terjadi pada pengalaman pribadi dan bersifat persuasi (ajakan) untuk mempengaruhi seseorang.

2.1.1.4 Pengertian Poster

Poster merupakan Tulisan-tulisan yang didesain dengan indah untuk memberitahukan sebuah informasi kepada khalayak. Menurut Siahaan (2015:14) “Poster merupakan pesan yang disampaikan kepada masyarakat umum. Pesan dalam poster disampaikan dengan menggunakan bahasa yang menarik, lugas, enak dibaca, dan dilengkapi dengan gambaran unik”.

Menurut Sudjana dan Rivai (dalam Aliyah, 2013:96) “Poster merupakan media yang kuat dengan warna, pesan, dan maksud untuk menangkap perhatian seseorang yang lewat, tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti dalam ingatannya”.

Menurut Sudjana (dalam Megawati, 2017:111) “Poster merupakan media yang berisikan tulisan yang memiliki kuat warna, pesan yang disampaikan dapat menarik perhatian orang yang lewat, akan tetapi untuk mengingat pesan tersebut butuh waktu untuk menaruh dalam ingatan”.

Menurut Wright (dalam Megawati, 2017:111) “Poster bukan merupakan suatu metode dalam pembelajaran, akan tetapi seorang guru menggunakannya agar mempermudah menyampaikan materi sesuai dengan ruang lingkup pembelajaran”.

Menurut Zanu (dalam Rosa Rosiani, 2009:1) “Poster merupakan sebuah gambar-gambar dan kata-kata yang didesain sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian khalayak”.

Dari pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa poster adalah sebuah gambar dan tulisan yang didesain dengan indah dan dan dipergunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak, dan juga bisa digunakan sebagai media pembelajaran di sekolah.

2.1.1.5 Fungsi Iklan

Menurut Priansa (2017:178) fungsi iklan adalah sebagai berikut:

1. Memberi informasi (*informing*)
2. Mempersuasi (*persuading*)
3. Mengingatnkan (*reminding*)
4. Memberi nilai tambah (*adding value*)
5. Mendampingi upaya-upaya laindari perusahaan (*assisting*)

Menurut Kosasih (2018:261) fungsi iklan dibagi menjadi dua yaitu:

1. Fungsi informasional, iklan memberitahukan kepada konsumen tentang karakteristik manfaat suatu produk.
2. Fungsi transformasional, iklan berusaha untuk mengubah sikap-sikap yang dimiliki oleh konsumen terhadap merek, pola-pola belanja, gaya hidup, teknik-teknik mencapai sukses dan sebagainya.

Dari beberapa fungsi iklan yang telah disebutkan dapat disimpulkan bahwa fungsi iklan adalah sebagai alat pemberitahuan sebuah produk kepada konsumen dan mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli barang yang di tawarkan.

2.1.1.6 Fungsi Slogan

Menurut Sudjana dan Rivai (dalam Apriana, 2009:24) mengemukakan fungsi slogan sebagai alat menarik perhatian seseorang untuk kepentingan produksi. Slogan/poster yang menarik perhatian juga dapat merangsang kejiwaan. Menurut Sadiman, dkk (dalam Apriana, 2009:25) mengemukakan fungsi slogan yaitu sebagai alat untuk mempengaruhi seseorang untuk membeli barang baru yang ditawarkan.

Dari beberapa fungsi slogan yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi slogan sebagai alat informasi kepada seseorang dengan cara mempengaruhi orang-orang agar mau membeli barang dengan cara memberi kata-kata motivasi.

2.1.1.7 Fungsi Poster

Beberapa fungsi poster menurut Sudjana (dalam Siahaan, 2015:16) antara lain: (1) sebagai motivasi, (2) sebagai peringatan, (3) sebagai pengalaman yang kreatif. Poster dalam pengajaran berfungsi sebagai pendorong atau motivasi kegiatan belajar peserta didik. Di pihak lain poster dapat merangsang peserta didik untuk mempelajari lebih jauh atau lebih ingin tahu

hakikat dari pesan yang disampaikan melalui poster tersebut. Pesan melalui poster yang tepat akan membantu menyadarkan peserta didik, sehingga diharapkan bisa mengubah perilaku dalam praktek sehari-hari sehingga kebiasaan. Dengan kata lain, poster memberikan pengalaman baru sehingga menumbuhkan kreatifitas peserta didik dalam belajarnya.

Dari beberapa fungsi yang disebutkan, dapat disimpulkan bahwa fungsi poster adalah sebagai motivasi, memberi larangan, memberi himbauan, dan mengajak pembaca sesuai dengan tema poster.

2.1.1.8 Bentuk-Bentuk Iklan

Menurut Kosasih (2018:267), bentuk-bentuk iklan tersebut tentu saja memiliki karakteristik masing-masing, baik itu dalam struktur ataupun kaidah kebahasaannya.

1. Iklan Media Cetak

- a. Karakter utama dari iklan ini adalah penggunaan bahasa tertulis didalam penyampaian pesan-pesannya. Di samping mengutamakan kejelasan dalam kata-katanya, iklan di media cetak mengandalkan desain grafis, seperti bentuk huruf, kata letak, serta gambar-gambar. Iklan media cetak memiliki beberapa macam berdasarkan keluasan atau spacenya.
- b. Iklan baris merupakan iklan dan pemasangannya berbaris-baris. Oleh karena itu iklan baris lebih kecil.
- c. Iklan kolom merupakan iklan yang pemasangannya dalam media berupa kolom-kolom.

2. Iklan Elektronik

Iklan elektronik merupakan iklan yang berbasis perangkat elektronik, yang mencakup beberapa macam, yakni sebagai berikut:

- a. Iklan radio merupakan iklan yang mengandalkan efek suara, baik berupa tuturan , musik, bunyi-bunyi, dan sejenisnya.
- b. Iklan televisi merupakan iklan yang mengandung unsur suara, gambar, dan gerak.
- c. Iklan film merupakan iklan yang tersaji dalam judul film (produk sinema). Biasanya muncul sebelum film utama diputar.
- d. Iklan media digital interaktif (internet) merupakan iklan yang muncul melalui cara-cara yang cukup berbeda dengan iklan-iklan konvensional.
- e. Iklan luar ruang (*Out-Of-Home*) merupakan iklan yang tertuju pada khlayak yang berada di luar rumah, misalnya iklan yang terdapat pada kendaraan umum, terminal, stasiun, dan tempat-tempat umum lainnya. Menurut isinya iklan luar ruangan (*Out-Of-Home*) dibagi menjadi tiga bagian diantaranya:
 1. Iklan pemberitahuan merupakan iklan yang berfokus pada kepentingan untuk memberitahu khalayak mengenai suatu hal, baik itu yang berupa peristiwa, keadaan atau hal lainnya.
 2. Iklan layanan masyarakat merupakan iklan yang bertujuan untuk memberikan penerangan atau penjelasan kepada masyarakat.
 3. Iklan penawaran merupakan iklan yang bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa.

2.1.1.9 Struktur Dalam Menulis Teks Iklan

Secara umum, struktur dalam menulis teks iklan terdiri dari orientasi, tubuh iklan, dan justifikasi. Mulyadi (2016:46) :

- a. Orientasi, berisi judul atau topik iklan.

- b. Tubuh iklan, berisi informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak, umumnya berupa kalimat ajakan atau perintah.
- c. Justifikasi, berisi penegasan sehingga khalayak pembaca dapat memustuskan untuk mengikuti apa yang diinformasikan dalam iklan atau tidak.

2.1.1.10 Tahapan Dalam Menulis Slogan

Berikut ini beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam menulis slogan, menurut Mulyadi (2016:51) antara lain:

1. Menentukan topik
2. Menentukan pesan yang akan disampaikan.
3. Mencermati kekhasan yang dimiliki oleh objek/informasi yang akan di slogankan.
4. Menyusun ungkapan atau kalimat slogan yang padat, singkat dan jelas dengan memperhatikan kemenarikan dan keindahan bunyi.

2.1.1.11 Langkah-Langkah Dalam Menulis Poster

Dalam menyusun sebuah poster, terdapat langkah-langkah yang harus diperhatikan, menurut Mulyadai (2016:52), yakni sebagai berikut:

- a. Menentukan pesan yang akan disampaikan.
- b. Memilih kata-kata yang menarik dan mudah diingat.
- c. Menyusun kalimat secara jelas dan singkat.
- d. Memadukan huruf yang mudah dibaca dan gambar yang menarik.

2.1.2 Media Pembelajaran

Di dalam dunia pendidikan agar suatu pembelajaran itu dapat berjalan dengan baik dan dikatakan dengan pembelajaran yang efektif apabila di dalam sekolah tersebut seorang guru

mengajar dengan menggunakan media pembelajaran. Media adalah alat yang digunakan seorang guru untuk menyampaikan pembelajaran kepada siswa.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin mendorong upaya-upaya pembaharuan dalam pemanfaatan hasil-hasil teknologi dalam proses belajar mengajar. Para guru di masa sekarang ini dituntut agar mampu menggunakan alat-alat yang telah disediakan oleh sekolah, dan tidak tutup kemungkinan bahwa alat-alat yang telah disediakan sudah sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman. Guru sekurang-kurangnya dapat menggunakan alat yang mudah dipahami dan bersahaja dan juga keharusan dalam mencapai tujuan pengajaran yang diharapkan. Media adalah alat yang tidak dapat terpisahkan dari proses pembelajaran demi tercapainya tujuan pendidikan dan tujuan pembelajaran di sekolah.

2.1.2.1 Pengertian Media Pembelajaran

Kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti “tengah”, “perantara”, atau “pengantar”. Media adalah pengantar pesan dari pengirim (komunikator) kepada sipenerima (komunikan). Media pembelajaran juga bisa diartikan sebagai alat yang digunakan dalam proses pembelajaran yang berlangsung langsung dalam kelas dan juga sebagai alat interaksi antara guru dengan siswa demi mendorong terjadinya pembelajaran. Dalam pengertian ini, guru, buku teks, dan lingkungan sekolah merupakan media.

Menurut Arsyad (2013:2) “Media merupakan bagian yang terpisah kan dari proses belajar mengajar demi tercapainya tujuan pendidikan pada umumnya dan tujuan pembelajaran di sekolah pada khususnya”. Menurut Gelarch dan Ely (dalam Arsyad, 1971:3) “Bahwa media apabila dipahami secara garais besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap”. Hennic, dan kawan-kawan (dalam Arsyad, 1982:3) “Mengemukakan istilah media sebagai

perantara yang mengantar informasi antara sumber dan penerima”. Selanjutnya menurut Fleming (dalam Arsyad, 1987:3) “Media merupakan penyebab atau alat yang turut campur tangan dalam dua pihak dan mendamaikannya”.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa media pembelajaran adalah alat yang digunakan seseorang untuk menyampaikan dan menyalurkan pesan dari pengirim kepada penerima pesan melalui ransangan pikiran, perasaan dan minat seseorang untuk memperoleh pengetahuan dari pembelajaran.

2.1.2.2 Fungsi Media Pembelajaran

Menurut Levied an Lents (dalam Arsyad, 1982:20) “Mengemukakan empat fungsi media pembelajaran, khususnya media visual, yaitu (a) fungsi atensi, (b) fungsi afektif, (c) fungsi kognitif, dan (d) fungsi kompensatoris”. Fungsi atensi media visual merupakan inti, yaitu menarik dan mengarahkan perhatian siswa untuk berkonsentrasi kepada isi pelajaran yang berkaitan dengan makna visual yang ditampilkan atau menyertai teks materi pelajaran.

Fungsi afektif media visual dapat terlihat dari tingkat kenikmatan siswa ketika belajar (atau membaca) teks yang bergambar. Gambar atau lambang dapat menggugah emosi dan sikap siswa, misalnya informasi yang menyangkut masalah sosial atau ras.

Fungsi kognitif media visual terlihat dari temuan penelitian yang mengungkapkan bahwa lambang visual atau gambar memperlancar pencapaian tujuan untuk memahami dan mengingat informasi atau pesan yang terkandung dalam gambar.

Fungsi kompensatoris media pembelajaran terlihat dari hasil penelitian bahwa media visual yang memberikan konteks untuk memahami teks membantu siswa yang lemah dalam membaca dan mengorganisasikan informasi dalam teks dan mengingatkannya kembali.

Menurut Kemp dan Dayton (dalam Arsyad, 1985:23) , dapat memenuhi tiga fungsi utama media yang digunakan untuk peperangan, kelompok, atau kelompok pendengar yang besar jumlahnya, yaitu: (1) memotivasi minat atau tindakan, (2) menyajikan informasi, dan (3) memberi intruksi.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa fungsi media pembelajaran adalah sebagai menarik perhatian siswa agar lebih semangat dalam proses belajar, dan juga sebagai pemberi informasi lebih cepat karena disertai dengan gambar.

2.1.2.3 Jenis-Jenis Media Pembelajaran

Media pembelajaran banyak sekali jenisnya dan macamnya, terdiri dari sederhana dan murah hingga media yang canggih dan mahal harganya. Ada media yang dibuat sendiri, ada media yang di produksi pabrik, ada yang sudah tersedia di lingkungan yang langsung dimanfaatkan, adapula media yang khusus dirancang untuk keperluan pembelajaran.

Menurut Arsyad (2013:24) media pembelajaran dapat dikelompokkan ke dalam empat kelompok, yaitu: (1) media hasil teknologi cetak, (2) media hasil teknologi audio-visual, (3) media hasil teknologi yang berdasarkan komputer, dan (4) media hasil gabungan teknologi cetak dan komputer.

Teknologi cetak merupakan cara untuk menghasilkan materi, seperti buku dan materi visual statis melalui proses pencetakan mekanis atau fotografis. Teknologi audio-visual merupakan cara menghasilkan atau menyampaikan materi dengan menggunakan mesin-mesin dan elektronik untuk menyajikan pesan-pesan audio dan visual. Teknologi berbasis komputer merupakan cara menghasilkan atau menyampaikn materi dengan menggunakan sumber-sumber

yang berbasis mikroprosesor. Teknologi gabungan merupakan cara untuk menghasilkan dan menyampaikan materi yang menggabungkan pemakaian beberapa bentuk media yang dikendalikan oleh komputer.

2.1.3 Pengertian *Adobe Flash CS5*

Adobe Flash CS5 merupakan salah satu *softwer* yang dapat membuat gambar animasi yang diminati kalangan siswa saat ini. *Adobe Flash* dahulu bernama *macromedia flash*) merupakan *tools* yang dikembangkan untuk membuat berbagai aplikasi berbasis internet dan kemudian flash ini digunakan untuk membuat aplikasi multimedia interaktif, seperti iklan banner, intro film, CD interaktif, hingga pembuatan animasi.

Menurut Madcoms (dalam Apriani, 2015:19) “Adobe Flash merupakan softwer yang baik dipergunakan untuk mendukung pembelajaran yang interaktif karena menampilkan media yang beragam seperti animasi, suara, serta memiliki interaktifitas dengan pengguna”.

Menurut Cholik (2014:11) “Adobe Flash CS5 adalah sebuah program animasi yang telah banyak digunakan oleh para animator untuk menghasilkan animasi yang profesional”.

Dalam pembuatan *Adobe Flash CS5* perlu memperhatikan teks, gambar, animasi, video, dan suara.

2.1.3.1 Kriteria *Adobe Flash CS5* Sebagai Media Pembelajaran Interaktif

Adobe Flash banyak digunakan para peneliti karena memiliki kriteria media pembelajaran yang interaktif antara lain: (Apriani 2015:20)

1. Memiliki elemen-elemen yang berupa gambar, animasi teks, audio, dan video sebagai alat media pembelajaran.
2. Memiliki Action Script yaitu bahasa skrip *Adobe Flash* yang digunakan untuk membuat animasi. Action Skript ini dipergunakan untuk memberikan efek gerak dalam animasi.
3. *Adobe Flash CS5* dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan program lain, seperti HTML, PHP, dan XML.
4. *Adobe Flash CS5* mudah diintegrasikan dengan program *Adobe* yang lain. seperti ilustrator, photoshop, dan dreamweaver.
5. *Adobe Flash CS5* dapat ditampilkan dengan berbagai media seperti web, VCD, DVD, dan handphone.

2.2 Kerangka Konseptual

Menulis merupakan salah satu sarana komunikasi seperti halnya berbicara. Namun, praktek penggunaan bahasa dalam menulis tidaklah sama dengan komunikasi lisan. Hal ini dikarenakan bahasa digunakan secara fungsional yaitu pemakaian bahasa sebagai media interaksi dan transaksi. Dengan demikian, kegiatan menulis menuntut kecakapan dan kemahiran dalam mengatur menggunakan bahasa, gagasan secara sistematis serta mengungkapkan secara tersurat.

Teks iklan merupakan teks yang berupa tulisan dan isinya berupa bujukan untuk menawarkan suatu barang yang akan didagangkan pada masyarakat dengan menggunakan bahasa yang persuasif (bersifat mengajak). Teks iklan ini biasanya disampaikan melalui media massa seperti koran, internet, televisi dan radio. Teks slogan merupakan tulisan yang berupa kata-kata yang relatif singkat, menarik, memiliki makna dan sangat mudah diingat oleh beberapa orang dan digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi pada masyarakat. Teks poster tidak

jauh berbeda dari teks slogan, hanya saja teks poster memiliki desain huruf yang lebih menarik dari teks slogan.

Berdasarkan paparan di atas penulis menemukan adanya pengaruh media *Adobe Flash CS5* terhadap kemampuan menulis teks iklan, slogan/poster. Karena dengan *media Adobe Flash CS5* akan menarik perhatian peserta didik untuk menulis teks tersebut.

2.3 Hipotesis Penelitian

Merumuskan hipotesis terlebih dahulu penulis memaparkan pengertian hipotesis. Sugiyono (2017:64), mengatakan bahwa “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, karena rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Hipotesis statistik terbagi atas dua bagian yaitu:

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan media *Adobe Flash* terhadap kemampuan menulis teks iklan, slogan/poster oleh siswa kelas IX SMP Negeri 4 Kuala Selatan Tahun Pembelajaran 2019/2020.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan media *Adobe Flash* terhadap kemampuan menulis iklan, slogan/poster oleh siswa kelas IX SMP Negeri 4 Kuala Selatan Tahun Pembelajaran 2019/2020.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Hal ini disebabkan karena masalah-masalah yang terdapat pada rumusan masalah tidak berkembang dan hanya mencari solusi dari masalah-masalah. Kemudian, dalam hipotesis terdapat pengaruh media *Adobe Flash* terhadap kemampuan menulis teks iklan, slogan/poster. Selain hal tersebut teori yang digunakan dalam penelitian ini sudah jelas dan tinggal mengujinya kembali sehingga dapat dibuktikan dengan pendekatan kuantitatif (Sugiyono 2017:16).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di sekolah SMP Negeri 4 Kualuh Selatan pada siswa kelas VIII Tahun Pembelajaran 2019/2020. Adapun pemilihan tempat tersebut sebagai subjek penelitian didasari dengan perkembangan 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 kondusif untuk di jadikan tempat penelitian.

3.3 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada semester ganjil Tahun Pembelajaran 2019/2020. Penelitian ini dilakukan sebab materi pelajaran yang hendak dalam penelitian ini terdapat di semester ganjil.

Tabel 3.1

Jadwal Pelaksanaan Penelitian

3.4 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:80) “Populasi merupakan wilayah, generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan populasi adalah jumlah keseluruhan dalam penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan kelas VIII SMP Negeri 13 Medan Tahun Ajaran 2019/2020 sebanyak 186 siswa dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.2

Populasi Siswa kelas VIII SMP Negeri 13 Medan

No	Kelas	Jumlah
1.	VIII-1	30
2.	VIII-2	32
3.	VIII-3	32
4.	VIII-4	30
5.	VIII-5	31
6.	VIII-6	31

	Jumlah	186
--	--------	-----

3.5 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:118) “Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut”. Sedangkan Nazir (2014:240), “Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi. Jadi, dapat disimpulkan sampel merupakan bagian dari populasi. ”Bila populasi besar dapat diambil antara 10% -15%, atau 20%-25%.

Sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *random sampling* (secara acak). Langkah-langkah dalam proses pengambilan sampel penelitian antara lain: masing-masing dari setiap kelas ditulis diselembar kertas lalu kertas tersebut digulung.

1. Menulis nama pada setiap kelas pada selembar kertas
2. kertas yang telah berisikan nama-nama kelas digulung dan dimasukkan ke dalam toples yang telah disediakan guru
3. Kemudian, tabung berisikan gulungan kertas tersebut dikocok, dan gulungan kertas yang pertama dicabut dari toples akan dijadikan sebagai sampel penelitian. Setelah langkah-langkah itu dilakukan, maka gulungan yang pertama dicabut adalah gulungan yang bertuliskan kelas VIII-4 sebagai sampel dalam penelitian ini yang berjumlah 30 siswa.

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 *adobe flash cs5* 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	<i>Adobe Flash</i> <i>CS5</i>	O2

Keterangan:

O1: *Pretest* (tes awal) menulis teks iklan, slogan/poster sebelum mendapat perlakuan

X: Perlakuan dengan media *Adobe Flash CS5*

O2: *Posttest* (test akhir) menulis teks iklan, slogan/poster

3.7 Instrumen Penelitian

Karena pada dasarnya prinsip meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan dengan instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2017:148) “Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan

mengukur fenomena alam maupun sosial yang dialami”. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Tabel 3.3
Aspek Penilaian

No	Aspek	Indikator/Kriteria	Skor
1.	Topik	Penentuan topik sangat sesuai dengan tema yang ditentukan.	5
		Penentuan topik sesuai dengan tema yang ditentukan.	4
		Penentuan topik cukup sesuai dengan tema yang ditentukan.	3
		Penentuan topik kurang sesuai dengan tema yang ditentukan.	2
		Penentuan topik sangat tidak sesuai dengan tema yang ditentukan.	1
2.	Pilihan kata	Pilihan kata yang sangat sesuai.	5
		Pilihan kata yang sesuai.	4
		Pilihan kata cukup sesuai.	3
		Pilihan kata kurang sesuai.	2
		Pilihan kata yang sangat tidak sesuai.	1
3.	Mengandung Informasi	Mengandung informasi yang sangat sesuai dengan teks iklan, slogan/poster.	5
		Mengandung informasi yang sesuai dengan teks iklan, slogan/poster.	4
		Mengandung informasi cukup sesuai dengan teks iklan, slogan/poster.	3
		Mengandung informasi kurang sesuai dengan teks iklan, slogan/poster.	2
		Mengandung informasi yang sangat tidak sesuai dengan teks iklan, slogan/poster.	1
5.	Gambar	Membuat gambar yang sangat sesuai dengan isi teks iklan, slogan/poster.	5
		Membuat gambar yang sesuai dengan isi teks iklan, slogan/poster.	4
		Membuat gambar yang cukup sesuai dengan isi teks iklan, slogan/poster.	3

		Membuat gambar yang kurang sesuai dengan isi teks iklan, slogan/poster.	2
		Membuat gambar yang sangat tidak sesuai dengan isi teks iklan, slogan/poster.	1
6.	Justifikasi	Berisi penegasan yang sangat sesuai dengan isi teks iklan, slogan/poster.	5
		Berisi penegasan yang sesuai dengan isi teks iklan, slogan/poster.	4
		Berisi penegasan yang cukup sesuai dengan isi teks iklan, slogan/poster.	3
		Berisi penegasan yang kurang sesuai dengan isi teks iklan, slogan/poster.	2
		Berisi penegasan yang tidak sesuai dengan isi teks iklan, slogan/poster.	1

Keterangan :

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Skor yang dicapai}}{\text{Jumlah skor maksimum}} \times 100$$

(Sugiyono, 2017:148)

Tabel 3.4

Penilaian Kemampuan Menulis Teks Iklan, Slogan/Poster

No	Kategori	Rentang Nilai
1.	Sangat baik	85-100
2.	Baik	70-84
3.	Cukup	55-69
4.	Kurang	40-54
5.	Sangat kurang	0-30

Arikunto, (2010:245)

3.8 Jalannya Eksperimen

Langkah-langkah pelaksanaan pembelajaran pada kelas eksperimen dengan menggunakan media *Adobe Flash CS5* sebagai berikut:

Tabel 3.5

Jalannya Eksperimen *One Group Pretest Posttest*

Pertemuan	Kegiatan Guru	Kegiatan Siswa	Alokasi Waktu
I 40 menit	Kegiatan Awal a. Guru memberikan salam, mengabsen siswa, dan memperkenalkan diri. b. Menyampaikan tujuan pembelajaran kepada siswa sesuai dengan kompetensi dasar yang akan dicapai.	C, mendengarkan absen, dan mendengarkan perkenalan dengan guru. b. siswa mendengarkan tujuan pembelajaran yang disampaikan oleh guru	5 menit
	Kegiatan Inti a. Guru memberikan <i>pretest</i> kepada siswa yaitu menulis teks iklan, slogan/poster b. Mengumpulkan <i>pretest</i> dan mengakhiri pembelajaran	a. Mengerjakan <i>pretest</i> b. mengumpulkan tugas	30 menit
			5 menit
II 40 Menit	Kegiatan Awal a. Guru memberikan salam b. Guru memperkenalkan materi tentang iklan, slogan/poster.	a. Siswa menjawab salam b. siswa mendengarkan dan menyimak apa yang disampaikan oleh guru.	5 menit
	Kegiatan Inti Mengamati : Guru menyuruh siswa untuk memperhatikan media <i>adobe flash Cs5</i> dengan bentuk slide atau gambar iklan, slogan/poster yang ditampilkan di depan kelas, untuk mempermudah siswa	Siswa memperhatikan slide atau gambar iklan, slogan/poster yang diperlihatkan guru didepan kelas.	10 menit

	<p>mengerjakan soal latihan.</p> <p>Menanya : Guru menyuruh siswa untuk membuat pertanyaan tentang materi yang dibahas.</p> <p>Mencoba : Guru menyuruh siswa untuk membuat latihan mengenai teks iklan, slogan/poster</p> <p>Menalar : Siswa diberikan kesempatan bertanya tentang materi yang dianggap sulit kepada guru mata pelajaran.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Guru menjawab pertanyaan siswa dengan memberikan pertanyaan tentang materi ➤ Guru dan siswa mengadakan tanya jawab terkait materi yang dipelajari. <p>Mengomunikasikan : Guru memberikan soal latihan dan dikerjakan secara individu</p> <p>Penutup : Siswa dan guru menyimpulkan materi teks pidato</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Siswa memikirkan pertanyaan yang akan ditanyakan guru ➤ Siswa membuat pertanyaan ➤ Siswa membuat latihan mengenai teks iklan, slogan/poster ➤ Siswa bertanya kepada guru mata pelajaran ➤ Siswa mendengarkan guru ➤ Siswa menjawab pertanyaan guru ➤ Siswa mengerjakan soal ➤ Menyimpulkan materi pembelajaran. 	<p>25 menit</p>
III 40 menit	<p>Kegiatan Awal Guru mengucapkan salam pada siswa.</p> <p>Kegiatan Inti a. Guru membagikan soal <i>post-test</i> dan mengintruksikan</p>	<p>Siswa menjawab salam</p> <p>a. Siswa mengerjakan <i>post-test</i></p>	<p>5 menit</p> <p>30 Menit</p>

	siswa mengerjakan soal <i>post-test</i> berdasarkan gambar iklan, slogan/poster yang ditampilkan melalui slide. b. Guru mengumpulkan <i>post-test</i> . Kegiatan Akhir Guru memberi salam dan mengucapkan terima kasih atas kerjasama dan partisipasi siswa.	b. Siswa mengumpulkan <i>post-test</i> Siswa menjawab salam.	5 menit
--	--	---	---------

3.8 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.

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

Keterangan:

t_o = t observasi

M_{X1} = Mean kelompok *Pretest*

M_{X2} = Mean *posttest*

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

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

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

Penganalisisan 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 iklan, slogan/poster dengan media *Adobe Flash CS5* (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

$$SD_{X1} = \sqrt{\frac{\sum fX^2}{N_1}}$$

SD_{X1} = 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

$$SE_{MX1} = \frac{SD_{X1}}{\sqrt{N-1}}$$

SE_{MX1} = Besarnya kesalahan mean sampel X_1

SD_{X1} = Deviasi standard dari sampel yang diteliti

N = Banyaknya subjek yang diteliti

I = Bilangan konstan

3. Menganalisis hasil belajar siswa terhadap pembelajaran menulis teks iklan, slogan/poster dengan media *Adobe Flash CS5* (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:

$$M_{X2} = \frac{\sum fX_2}{N}$$

M_{X2} = 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

$$SD_{X2} = \sqrt{\frac{\sum fX^2}{N_1}}$$

SD_{X2} = 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

$$SE_{MX2} = \frac{SD_{X1}}{\sqrt{N-1}}$$

SE_{MX2} = Besarnya kesalahan mean sampel X_1

SD_{X2} = Daviasi standard dari sampel yang diteliti

N = Banyaknya subjek yang diteliti

1 = Bilangan konstan

4. Menganalisis perbedaan hasil belajar siswa antara pembelajaran menulis teks iklan, slogan/poster yang menggunakan media *Adobe Flash CS5* (perbedaan mean variabel X_1 dengan mean variabel X_2).

5. 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:

$$t_0 = \frac{M_1 - M_2}{SE_{M_1 - M_2}}$$

Keterangan:

t_0 = t observasi

M_1 = Mean hasil *post-test*

M_2 = Mean hasil *pre-test*

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

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

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

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”.