

PENGGUNAAN MEDIA TAYANGAN IKLAN KOMERSIAL PADA PEMBELAJARAN MENULIS KARANGAN NARASI

Nurul Haq Andini

FPBS, Universitas Pendidikan Indonesia

Abstrak: Penelitian ini diawali dengan permasalahan, yaitu apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kemampuan menulis karangan narasi siswa sebelum dan sesudah penggunaan media tayangan iklan komersial. Berdasarkan hasil angket sebelum melakukan pembelajaran menulis karangan narasi dengan menggunakan media tayangan iklan komersial, kesulitan siswa dalam pembelajaran tersebut adalah menemukan ide serta kejenuhan siswa terhadap pembelajaran konvensional tanpa menggunakan media. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media tayangan iklan komersial terhadap hasil tulis siswa. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksperimen semu dengan rancangan tes awal-tes akhir kelas eksperimen. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa nilai rata-rata menulis narasi siswa sebelum mendapat perlakuan penggunaan media tayangan iklan komersial sebesar 54,4 sementara sesudah mendapat perlakuan adalah sebesar 71,1. Sementara itu, terdapat perbedaan yang signifikan dari penghitungan melalui uji-T, yaitu $15,71 > 2,045$. Hal ini menunjukkan bahwa media tayangan iklan komersial efektif digunakan pada pembelajaran menulis karangan narasi.

Abstract: This research began with a problem, is that a significant influence between student's narration essay writing skill before and after using commercial advertisement media. Based on the questionnaires before doing the study of narration essay writing using commercial advertisement media, the student's difficulty of the study is finding idea and student's saturation towards conventional study without using any media. The purpose of this research is to know how much the influence of commercial advertisement media to the student's writing result. Research design used in this research is apparent experiment with early-end test experiment class plan. Based on the research's result, it's obtainable that average student's narration writing point before had the treatment of the commercial advertising media usage is 54,4 and after had the treatment is 71,1. Meanwhile, there is significant difference from the calculation through T Test, $15,71 > 2,045$. This shows that commercial advertising media is effective to use on narration writing study

Kata kunci : penelitian, media tayangan iklan komersial, pembelajaran menulis karangan narasi