

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Tulisan merupakan hasil karya yang bertujuan untuk menyampaikan ide dan informasi, serta mengekspresikan perasaan penulisnya sehingga pembacanya dapat merasakan ekspresi penulis dalam tulisannya. Suparno dan Yunus (2006, hlm. 1.27) mengungkapkan bahwa selain sekadar menuangkan ide dan pikirannya, penulis harus memiliki kemampuan mekanik dalam menulis, antara lain penggunaan ejaan, pemilihan kata, serta koherensi antarkalimat dan paragraf. Sehubungan dengan pernyataan tersebut, maka kegiatan menulis memerlukan perhatian khusus.

Alwasilah (2012, hlm. 171) mengungkapkan bahwa tingkat literasi siswa Indonesia masih sangat rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu (1) siswa masih terkungkung oleh pemikiran bahwa menulis itu membosankan, (2) pembelajaran menulis yang dilakukan di kelas tidak menarik perhatian siswa. Sebagaimana hasil penelitian Rankin (dalam Cahyani 2002, hlm. 84) terhadap keterampilan berbahasa memperlihatkan perbandingan yang cukup signifikan, yaitu keterampilan menyimak 45%, berbicara 30%, membaca 16% dan menulis 9%. Setiadi dalam (Alwasilah 2012, hlm. 172) mengungkapkan bahwa guru sangat bergantung pada buku paket untuk materi dan metodologi pembelajarannya. Hal ini mengindikasikan bahwa pembelajaran bahasa Indonesia di kelas termasuk pembelajaran menulis masih monoton.

Idealnya, pembelajaran menulis terdiri atas pembelajaran teori menulis dan latihan menulis yang berkesinambungan. Menurut Slamet (2007, hlm. 103) “narasi adalah ragam wacana yang menceritakan suatu peristiwa secara runtut. Sasarannya adalah memberikan gambaran yang sejelas-jelasnya kepada pembaca mengenai fase, urutan, langkah, atau rangkaian terjadinya sebuah peristiwa.” Menulis narasi atau biasa disebut siswa sebagai mengarang merupakan salah satu materi menulis yang tidak diminati siswa karena siswa merasa sulit

menemukan ide dan merasa menulis itu membosankan sehingga siswa malas untuk belajar dan berlatih menulis narasi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Jannah (2012) yang melaporkan bahwa siswa merasa jenuh dengan pembelajaran menulis narasi karena metode yang dilakukan di kelas hanya metode ceramah tanpa didukung media yang bisa menunjang kreativitas dan imajinasi siswa dalam menulis narasi. Sementara itu, Kurniawan (2012, hlm. 30) mengatakan bahwa “kesulitan siswa dalam menulis antara lain (1) sulit menentukan tema, (2) sulit menyusun kalimat, (3) malu, dan (4) sulit menentukan judul.”

Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan terhadap pembelajaran di kelas 7-9 pada tanggal 20 Januari 2015, penulis menemukan bahwa pembelajaran menulis di SMPN 10 Bekasi selama ini dilakukan secara konvensional. Dengan pembelajaran seperti itu, siswa merasa kesulitan menemukan ide untuk tulisannya sehingga siswa tidak mampu menyelesaikan tulisan narasinya di dalam kelas dan harus diselesaikan di rumah. Siswa mengungkapkan bahwa mereka pernah belajar dengan menggunakan media, namun bukan pada pembelajaran menulis. Isu lain dalam pembelajaran menulis di kelas 7-9 SMPN 10 Bekasi adalah hampir semua siswa mengaku belum pernah menulis narasi. Keterampilan menulis khususnya menulis narasi penting bagi siswa karena dengan menulis narasi siswa dapat membagi pengalamannya pada orang lain, memberi informasi bagi orang lain, sebagai sarana untuk meluapkan perasaan atau curhat, serta dapat menghasilkan uang.

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa kendala siswa dalam kegiatan menulis adalah pembelajaran yang kurang menarik dan memotivasi siswa, serta tidak ada penggunaan media yang efektif di kelas. Menurut Ibrahim dan Nana (2013, hlm. 113) berbagai bentuk media dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman belajar ke arah yang lebih konkret. Penggunaan media di kelas juga bisa menjadi salah satu daya tarik bagi siswa. Oleh karena itu, sebagai alternatif pemecahan masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan melakukan eksperimen penggunaan media tayangan iklan komersial di televisi dalam pembelajaran menulis narasi.

Media tayangan iklan komersial termasuk jenis media audiovisual. Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan mendekati masyarakat. Bungin (2001, hlm. 39) menyatakan bahwa “iklan televisi adalah media pemilik produk yang diciptakan oleh biro iklan, kemudian disiarkan televisi dengan berbagai tujuan, di antaranya sebagai informasi produk dan mendorong penjualan.” Sementara Kotler (2002, hlm. 56) mendefinisikan periklanan periklanan sebagai “bentuk promosi non pribadi tentang ide, barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu”. Iklan televisi mampu menyuguhkan tontonan yang berkesan karena iklan televisi dibuat sedemikian rupa untuk menarik perhatian penontonnya. Selain karena persaingan dengan kompetitor, durasi iklan televisi yang tidak begitu lama karena biaya penayangannya yang tidak murah membuat kreator di balik iklan tersebut berusaha untuk memberikan kesan bagi penontonnya.

Iklan komersial di televisi sangat banyak dan beragam. Beberapa di antaranya menyampaikan pesannya melalui cerita pendek yang menarik dan inspiratif. Karena perkembangan teknologi informatika, rekaman iklan-iklan yang tayang di Indonesia maupun mancanegara mudah sekali diakses dan ditonton melalui media lain selain televisi. Dalam penelitian ini iklan yang digunakan ada dua yaitu pada saat pemberian perlakuan dan pada saat tes akhir. Iklan yang ditayangkan pada saat pemberian perlakuan adalah iklan komersial produk biskuit yang menceritakan kegigihan seorang anak dalam melatih kemampuan berlarnya yang dibimbing oleh sang ibu. Alasan iklan ini dipilih antara lain, 1) iklan ini sesuai dengan siswa kelas 7, 2) iklan ini memenuhi unsur narasi yaitu tema, alur, latar, amanat, 3) cerita dalam iklan ini menarik sekaligus inspiratif bagi siswa kelas 7. Sementara itu, iklan yang digunakan dalam tes akhir adalah sebuah iklan asuransi yang menceritakan hubungan antara seorang anak dengan ayahnya yang merupakan seorang difabel (tunarungu). Iklan ini dipilih dengan pertimbangan yang sama dengan pemilihan iklan sebelumnya. Rekaman tayangan iklan televisi yang ditonton siswa diharapkan dapat membantu siswa untuk menulis sebuah tulisan narasi sehingga dapat membantu permasalahan siswa dan mengatasi kejenuhan siswa dalam pembelajaran menulis di kelas.

Adapun penelitian mengenai media dan karangan narasi sudah dilakukan sebelumnya oleh Mimin Min Raudhotul Jannah (2012) dengan judul “Efektivitas Penggunaan Media Tayangan Televisi Cita-Citaku Trans 7 dalam Pembelajaran Menulis Karangan Narasi”. Dari hasil penelitian tersebut, diketahui terdapat peningkatan nilai rata-rata siswa dari prates dan pascates yaitu 69,38 menjadi 77,01. Penelitian lainnya dilakukan oleh Shyntia Widia Rahayu (2011) dengan judul “Penggunaan Media Karikatur pada Media Massa dalam Pembelajaran Menulis Karangan Narasi”. Pada tes awal, nilai rata-rata siswa di kelas eksperimen adalah 53,10 kemudian mengalami peningkatan pada tes akhir setelah perlakuan menjadi sebesar 64,9.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan melakukan eksperimen penggunaan media tayangan iklan di televisi dalam pembelajaran menulis narasi. Oleh karena itu, penulis memilih judul “Penggunaan Media Tayangan Iklan Komersial pada Pembelajaran Menulis Karangan Narasi (Eksperimen Kuasi pada Siswa Kelas VII SMP Negeri 10 Bekasi).

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Penggunaan media masih jarang dilakukan guru dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya pembelajaran menulis.
2. Siswa masih memiliki hambatan dalam mencari ide atau gagasan untuk menulis karangan narasi di kelas.
3. Motivasi dan minat siswa dalam pembelajaran menulis sangat rendah, khususnya pembelajaran menulis karangan narasi karena dianggap tidak menarik.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi masalah dalam penelitian ini pada aspek menulis karangan narasi sugestif. Media yang digunakan dalam penelitian ini adalah iklan komersial produk biskuit yang mengangkat tema kegigihan anak dalam berlatih dengan ibunya dan iklan produk asuransi yang mengangkat tema hubungan seorang anak dan ayahnya. Iklan ini dipilih karena iklan ini cocok untuk siswa SMP, iklan ini memenuhi unsur narasi, serta cerita dalam iklan ini menarik dan inspiratif bagi siswa. Berdasarkan uraian di atas, masalah dalam penelitian ini dibatasi pada penggunaan media tayangan iklan di televisi pada siswa kelas VII SMP Negeri 10 Bekasi tahun ajaran 2014/2015.

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kemampuan menulis karangan narasi siswa kelas VII SMP Negeri 10 Bekasi sebelum digunakannya media iklan komersial?
2. Bagaimana kemampuan menulis karangan narasi siswa kelas VII SMP Negeri 10 Bekasi setelah digunakannya media iklan komersial?
3. Adakah pengaruh yang signifikan antara hasil menulis karangan narasi sebelum dan sesudah penggunaan media iklan komersial?

### **E. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut.

1. kemampuan menulis karangan narasi siswa kelas VII SMP Negeri 10 Bekasi sebelum penggunaan mediatayangan iklan komersial;
2. kemampuan menulis karangan narasi siswa kelas VII SMP Negeri 10 Bekasi setelah penggunaan media tayangan iklan komersial;

## **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoretis maupun manfaat praktis. Adapun uraiannya adalah sebagai berikut.

### **1. Manfaat Teoretis**

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memecahkan masalah yang dialami siswa dalam pembelajaran menulis narasi dan memperkaya pengetahuan mengenai penggunaan media untuk memotivasi siswa dalam pembelajaran menulis narasi.

### **2. Manfaat Praktis**

Adapun manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain sebagai berikut.

- a. Bagi peneliti, sebagai calon pendidik yang akan berkecimpung di dunia pendidikan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam pembelajaran bahasa Indonesia dan penggunaan media dalam pembelajaran.
- b. Bagi guru Bahasa dan Sastra Indonesia, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan wawasan baru dalam pembelajaran bahasa Indonesia, khususnya pembelajaran menulis narasi dengan menggunakan media tayangan iklan televisi. Selain itu, dapat menambah referensi media pembelajaran dalam menulis karangan narasi sugestif.
- c. Bagi siswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengatasi masalah yang dialami dalam menulis karangan narasi dan menambah motivasi siswa dalam pembelajaran menulis.

## **G. Definisi Operasional**

Definisi operasioanal penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Media tayangan iklan komersial adalah iklan yang ditayangkan sebagai media pembelajaran menulis narasi. Iklan komersial adalah media yang digunakan oleh produsen produk dan jasa untuk menarik dan membujuk konsumen agar mau membeli dan menggunakan produk atau jasanya. Media iklan yang dapat digunakan sebagai media pembelajaran harus sesuai

dengan karakter siswa, memenuhi syarat dan unsur dari kompetensi pembelajaran yang akan dilaksanakan, serta dapat membantu memecahkan masalah siswa dalam pembelajaran. Media tayangan iklan termasuk jenis media audiovisual. Media audiovisual adalah media yang memanfaatkan indera penglihatan dan pendengaran secara bersamaan yang digunakan untuk menyalurkan pesan yang dapat merangsang pikiran, perhatian, dan motivasi siswa dalam menulis.

2. Karangan narasi adalah karangan yang menceritakan rangkaian suatu peristiwa dengan tujuan agar pembaca seolah-olah mengalami kejadian yang diceritakan penulisnya.