

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memperoleh gambaran yang utuh dalam pelaksanaan pembelajaran menulis paragraf argumentatif menggunakan media iklan korporat. Penulis juga mendapatkan pengetahuan tambahan mengenai penggunaan media iklan korporat sebagai media yang banyak ditemui di sekitar kita yang dapat digunakan untuk mendukung pelaksanaan pembelajaran. Penggunaan media iklan korporat tersebut mendapatkan respon yang positif, baik bagi siswa maupun bagi guru. Hal ini dapat dilihat dari keantusiasan siswa dalam melaksanakan pembelajaran karena selain media tersebut merupakan media audio-visual yang memuat gambaran yang menyenangkan dan menginspirasi, juga membantu siswa dalam menemukan kaitan antara pola pengungkapan yang sama antara iklan tersebut dengan pola pengembangan paragraf argumentatif.

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang telah dilakukan mengenai penggunaan media iklan korporat dalam pembelajaran menulis paragraf argumentatif pada siswa kelas X SMA Kartika Siliwangi 1 Bandung, diperoleh simpulan sebagai berikut.

- 1) Kemampuan menulis paragraf argumentatif pada kelas eksperimen sebelum menggunakan media iklan korporat berdasarkan nilai rata-rata siswa adalah 53,7 dan setelah menggunakan media iklan korporat, nilai rata-rata siswa mengalami peningkatan nilai sebesar 19,2 menjadi 72,9. Adapun kemampuan

menulis paragraf argumentatif pada kelas pembanding sebelum menggunakan media iklan korporat berdasarkan nilai rata-rata siswa adalah 53,6 dan setelah menggunakan media iklan korporat, nilai rata-rata siswa mengalami peningkatan nilai sebesar 8,1 menjadi 61,7.

- 2) Pada uji kesamaan dua rata-rata nilai prates, dengan taraf signifikansi (α) sebesar 0,05, diperoleh nilai signifikansi (*2-tailed*) dibagi dua sebesar 0,423 karena $0,423 > \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara rata-rata nilai prates kelas eksperimen dengan pembanding. Artinya, kemampuan kedua kelas saat prates dilaksanakan berimbang. Selanjutnya, pada uji kesamaan dua rata-rata pascates kelas eksperimen dan pembanding diperoleh nilai signifikansi (*2-tailed*) dibagi dua sebesar 0,00 karena $0,00 < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara rata-rata nilai pascates kelas eksperimen dengan pembanding. Penulis melakukan uji kesamaan dua rata-rata indeks gain. Diperoleh bahwa nilai signifikansi (*2-tailed*) dibagi dua sebesar 0,000 karena $0,000 < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata indeks gain kemampuan menulis paragraf argumentatif kelas eksperimen lebih besar daripada kelas pembanding. Melihat perbedaan rata-rata indeks gain kedua kelas tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan kemampuan menulis paragraf argumentatif siswa kelas eksperimen lebih tinggi daripada siswa kelas pembanding. Artinya, terdapat perbedaan yang signifikan antara kemampuan menulis paragraf argumentatif menggunakan media iklan korporat

dibandingkan dengan kemampuan siswa menulis paragraf argumentatif menggunakan media foto peristiwa.

- 3) Berdasarkan hasil uji kesamaan dua rata-rata yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa media iklan korporat terbukti efektif dalam pembelajaran menulis paragraf argumentatif pada siswa kelas X SMA Kartika Siliwangi 1 Bandung. Perbedaan yang signifikan terlihat dari hasil pascates siswa kelas eksperimen yang mendapat perlakuan berupa media iklan korporat, dibandingkan dengan hasil pascates kelas pembandingan yang mendapat perlakuan berupa media foto peristiwa. Dengan demikian, media iklan korporat dapat dijadikan salah satu alternatif media yang dapat digunakan dalam pembelajaran menulis paragraf argumentatif. Iklan korporat dapat membantu siswa dalam mencari ide serta menemukan kemudahan dalam penguatan suatu pendapat pada paragraf argumentatif, seperti hal-hal yang diungkapkan iklan korporat dalam memberikan penguatan sebuah citra perusahaan melalui bukti-bukti yang relevan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan sebagai berikut.

- 1) Media iklan korporat terbukti lebih efektif digunakan dalam pembelajaran menulis paragraf argumentatif dibandingkan media foto peristiwa sebagai media pembandingnya. Dengan demikian, media iklan korporat dapat

dijadikan sebagai salah satu alternatif media pembelajaran dalam pembelajaran menulis paragraf argumentatif.

- 2) Penggunaan media yang tepat dan sesuai dapat mendukung terlaksananya suatu pembelajaran dengan baik. Untuk itu, seorang guru harus pandai dalam memilih media pembelajaran serta terampil dalam memanfaatkan media pembelajaran yang akan digunakan. Hal tersebut bertujuan untuk mencapai keberhasilan pembelajaran.
- 3) Penulis berharap pada penelitian menulis paragraf argumentatif selanjutnya, bagi para peneliti lain untuk mampu berinovasi dalam pemilihan dan penggunaan model, metode, atau media yang mendukung pembelajaran. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan minat siswa serta mengatasi kesulitan yang ditemui siswa dalam menulis paragraf argumentasi.