



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 2195-2202

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Efektivitas Media Video Iklan Layanan Masyarakat Terhadap Pembelajaran Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Negeri 2 Ciampel

Namis^{1✉}, Oding Supriadi², Hendra Setiawan³

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: 1910631080157@student.unsika.ac.id[✉]

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya kemampuan menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Ciampel. Melihat kondisi tersebut, maka perlu diupayakan penggunaan media pembelajaran berupa media video iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan hasil belajar siswa dalam pembelajaran menulis teks persuasi. Tujuan penelitian ini 1) untuk mengetahui kemampuan menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Ciampel. 2) untuk mengetahui keefektifan media video iklan layanan masyarakat dalam meningkatkan kemampuan menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Ciampel. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen semu (*quasi eksperimental design*). Sampel penelitian adalah kelas VIII A dan VIII C. Teknik pengumpulan data menggunakan *pretest dan posttest*. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan program SPSS Versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara nilai rata-rata di kelas eksperimen dan kelas kontrol. Nilai rata-rata *pretest* di kelas eksperimen adalah 52,41 dan *posttest* 80,74 memiliki nilai selisih 28,33. Sementara, nilai rata-rata *pretest* di kelas kontrol adalah 45,56 dan *posttest* 61,67 memiliki nilai selisih 16,11. Hasil Uji-t diperoleh signifikan $0,000 < \alpha < 0,05$, yang berarti hipotesis alternatif (H_0) ditolak dan (H_1) diterima. Selain itu, dilakukan uji *N-gain* untuk membuktikan keefektifan dari media video iklan layanan masyarakat. Hasil uji *N-gain* pada kelas eksperimen diperoleh nilai rata-rata sebesar 62,0403 termasuk pada kategori cukup efektif dalam tafsiran efektivitas *N-gain*.

Kata kunci: *Efektivitas, Media Video, Iklan Layanan Masyarakat, Teks Persuasi.*

Abstract

This research was motivated by the low ability to write persuasive texts in class VIII students of SMP Negeri 2 Ciampel. Seeing these conditions, it is necessary to strive for the use of learning media in the form of public service advertisement video media to improve student learning outcomes in learning to write persuasive texts. The purpose of this study 1) to determine the ability to write persuasive texts for class VIII students of SMP Negeri 2 Ciampel. 2) to find out the effectiveness of public service advertisement video media in improving the ability to write persuasive texts for class VIII students of SMP Negeri 2 Ciampel. This study uses a quasi-experimental method (quasi experimental design). The research samples were class VIII A and VIII C. Data collection techniques used pretest and posttest. Data processing in this study used the SPSS Version 22 program. The results showed that there was a significant difference between the average scores in the experimental class and the control class. The average value of the pretest in the experimental class was 52.41 and the posttest was 80.74 with a difference value of 28.33. Meanwhile, the average pretest score in the control class was 45.56 and the posttest was 61.67 with a difference value of 16.11. The t-test results obtained significantly $0.000 < 0.05$, which means the alternative hypothesis (H_0) is rejected and (H_1) is accepted. In addition, an N-gain test was carried out to prove the effectiveness of public service advertisement video media. The results of the N-gain test in the experimental class obtained an average value of 62.0403 which is included in the quite effective category in interpreting the effectiveness of N-gain.

Keywords: Effectiveness, Video Media, Public Service Advertisements, Persuasive Text.

PENDAHULUAN

Menulis merupakan suatu kegiatan produktif dan ekspresif yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau komunikasi dengan menggunakan bahasa tulis sebagai mediana. Menurut Dalman (2014:3) menulis merupakan sebuah proses kreatif untuk menuangkan sebuah gagasan dalam bentuk bahasa tulis dengan tujuan memberitahu, meyakinkan, atau menghibur. Menulis merupakan salah satu keterampilan bahasa Indonesia yang masih mengalami berbagai macam kendala dalam pelaksanaannya, terutama menulis teks persuasi. Permasalahan ini menjadikan pembelajaran menulis di sekolah menjadi kurang diminati, sehingga mengakibatkan nilai keterampilan menulis siswa menjadi rendah. Menulis seringkali dianggap sebagai keterampilan berbahasa yang paling sulit dikuasai. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Nurgiantoro (2001:296) menulis merupakan kemampuan yang lebih sulit dikuasai dibandingkan tiga kemampuan lain, seperti menyimak, berbicara, dan membaca. Menulis membutuhkan penguasaan bahasa yang baik, tidak semua orang yang menguasai bahasa mampu mengungkapkan ide dan gagasannya ke dalam bentuk tulisan.

Mengacu pada Kurikulum 2013 (K-13) menulis teks persuasi merupakan salah satu kompetensi yang harus dimiliki oleh siswa Sekolah Menengah Pertama. Kompetensi menulis teks persuasi dipelajari di kelas VIII SMP semester genap, dengan kompetensi dasar 4.14 menyajikan teks persuasi (saran, ajakan, arahan, dan pertimbangan) secara tulis dan lisan dengan memperhatikan struktur, kebahasaan, atau aspek lisan. Pada materi teks persuasi siswa dituntut untuk dapat menulis teks persuasi dengan baik dan benar sesuai dengan struktur dan kaidah kebahasaannya. Menurut Alfiansyah (2009:86) Teks persuasi adalah suatu karangan yang bertujuan untuk membujuk pembaca agar mau berbuat sesuatu sesuai dengan keinginan penulisnya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada (13/03/2023) dengan guru mata pelajaran Bahasa Indonesia di SMP Negeri 2 Ciampel, yaitu Mustafidah, S.Pd. diperoleh informasi bahwa masih banyak siswa yang mengalami masalah dalam pembelajaran menulis teks persuasi, seperti kurang mampunya siswa dalam merefleksikan tata bahasa teks persuasi, minimnya kosa kata yang dikuasai oleh siswa sehingga menimbulkan kesulitan pada saat menuangkan ide ke dalam bentuk tulisan teks persuasi, dan media pembelajaran yang digunakan belum tepat untuk meningkatkan kemampuan menulis teks persuasi siswa di SMP Negeri 2 Ciampel.

Pada pembelajaran menulis teks persuasi, penulis akan menggunakan media video iklan layanan masyarakat dalam pembelajarannya. Media video iklan layanan masyarakat diharapkan dapat membantu guru untuk menyalurkan atau menyampaikan materi pembelajaran dengan membangun kondisi yang dapat membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap dengan cara yang lebih bervariasi, memotivasi siswa dalam mengekspresikan diri untuk memunculkan banyak ide, merangsang dan meningkatkan daya pikir siswa sehingga siswa merasa terdorong dalam belajar serta membuat proses belajar mengajar menjadi lebih menyenangkan dan menarik.

Video Iklan layanan masyarakat yang digunakan untuk pembelajaran menulis teks persuasi dalam penelitian ini diambil dari kanal *Youtube* milik 02_dwi yanti. Kanal ini bergabung di *Youtube* sejak 20 Juli 2016. Peneliti menggunakan dua video dengan tema yang sama yaitu tentang peduli lingkungan. Video pertama yang digunakan peneliti berjudul *Yuk, Mulai Peduli Lingkungan* yang berdurasi 3:31 menit. Video tersebut diunggah pada 1 Desember 2022, kini telah tayang sebanyak 6.198 dan memperoleh 132 suka. Video kedua berjudul *Aksi Penghijauan Untuk Selamatkan Lingkungan* yang berdurasi 2:12 menit. Video tersebut diunggah pada 14 Desember 2021, kini telah tayang sebanyak 4.038 dan memperoleh 70 suka.

Alasan peneliti memilih kedua video iklan layanan masyarakat tersebut karena videonya

berisi fakta-fakta dan hasil survei, serta dibuat dengan animasi-animasi sehingga terlihat menarik dan tidak membosankan. Penggunaan media video iklan layanan masyarakat tersebut diharapkan mampu memberikan pembelajaran yang lebih efektif serta mudah dipahami oleh peserta didik, sehingga siswa mampu menulis teks persuasi sesuai dengan struktur dan kaidah kebahasaan yang terdapat dalam teks persuasi.

Berdasarkan yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan media video iklan layanan masyarakat pada pembelajaran menulis teks persuasi. Penelitian ini berjudul "Efektivitas Media Video Iklan Layanan Masyarakat Terhadap Pembelajaran Menulis Teks Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Negeri 2 Ciampel". Penelitian dilakukan untuk mengetahui efektivitas dari penggunaan media video iklan layanan masyarakat dalam pembelajaran menulis teks persuasi siswa kelas VIII di SMP Negeri 2 Ciampel.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:16) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimen semu (kuasi) dengan desain *nonequivalent control grup design*. Adapun rancangan desain metode penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Desain Metode Penelitian

Kelompok	<i>Pre-test</i>	Perlakuan	<i>Post-test</i>
KE	O1	X	O2
KK	O3		O4

Keterangan:

- KE : Kelompok Eksperimen
- KK : Kelompok Kontrol
- X : Penggunaan Media Video Iklan Layanan Masyarakat
- O1 : *Pretest* Kelas Eksperimen
- O2 : *Posttest* Kelas Eksperimen
- O3 : *Pretest* Kelas Kontrol
- O4 : *Posttest* Kelas Kontrol

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Ciampel yang terdiri dari empat kelas. Sampel yang digunakan adalah kelas VIII A sebagai kelas eksperimen dan VIII C sebagai kelas kontrol. Variabel dalam penelitian ini adalah penggunaan media video iklan layanan masyarakat dan pembelajaran menulis teks persuasi. Teknik pengumpulan data menggunakan tes menulis teks persuasi berupa *pretest dan posttest*. *Pretest* digunakan untuk mengukur kemampuan awal siswa dalam menulis teks persuasi sebelum diberikan perlakuan terlebih dahulu, sedangkan *posttest* digunakan untuk mengukur kemampuan akhir siswa dalam menulis teks persuasi setelah diberi perlakuan berupa penggunaan media video iklan layanan masyarakat untuk kelas eksperimen dan pembelajaran konvensional untuk kelas kontrol. Aspek yang dinilai dalam pembelajaran menulis teks persuasi terdiri dari aspek isi, struktur, kaidah kebahasaan, dan teknik penulisan.

Validitas instrumen yang digunakan adalah validitas isi dengan *expert judgement*. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan program SPSS Versi 22. Dalam penelitian ini data diolah dengan menggunakan uji normalitas untuk membuktikan kenormalan data, uji homogenitas untuk mengetahui kepastian sampel yang diambil dari populasi memiliki varians yang sama, uji hipotesis untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak, dan uji normal gain (*N-Gain*) untuk mengetahui tingkat keefektifan dari media video iklan layanan masyarakat yang digunakan pada pembelajaran menulis teks persuasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data kemampuan menulis teks persuasi siswa pada penelitian ini diperoleh dari hasil test saat pelaksanaan *pretest* dan *posttest*. Pengukuran dilakukan oleh dua kelompok sampel yaitu kelas eksperimen yang diberi perlakuan menggunakan media video iklan layanan masyarakat dan kelas kontrol yang diberikan perlakuan berupa pembelajaran konvensional. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS 22 pada uji normalitas data nilai *pretest* dan *posttest* kelas eksperimen dan data kelas kontrol menunjukkan hasil yang normal. Pada uji homogenitas data menunjukkan hasil yang homogen atau memiliki varian yang sama. Pada uji hipotesis data menunjukkan perbedaan yang signifikan antara hasil belajar siswa di kelas eksperimen dan kelas kontrol. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis secara keseluruhan memperlihatkan adanya perbedaan yang signifikan pada hasil pembelajaran menulis teks persuasi antara siswa yang mengikuti pembelajaran menggunakan media video iklan layanan masyarakat dengan siswa yang mengikuti pembelajaran menulis teks persuasi tanpa menggunakan media video iklan layanan masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan

keefektifan media video iklan layanan masyarakat dalam pembelajaran menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Ciampel. Keefektifan tersebut diketahui dengan cara menghubungkan kondisi awal pembelajaran menulis teks persuasi dengan kondisi akhir pembelajaran menulis teks persuasi dari kelompok kontrol dan kelompok eksperimen setelah diberi perlakuan.

Tabel 2. Distribusi Sebaran Data *Pretest-Posttest* Kelas Kontrol Dan Kelas Eksperimen

	N	Range	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Pre-Test Eksperimen	27	40	30	70	52.41	11.212
Post-Test Eksperimen	27	35	60	95	80.74	10.534
Pre-Test Kontrol	27	50	20	70	45.56	12.506
Post Kontrol	27	45	35	80	61.67	10.190
Valid N (listwise)	27					

Berdasarkan hasil pengolahan data nilai *pretest* dan *posttest* pada kelas eksperimen dan kelas kontrol diketahui nilai rata-rata *pretest* di kelas eksperimen adalah 52,41 dan *posttest* 80,74 sehingga memiliki nilai selisih sebesar 28,33. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan nilai rata-rata pembelajaran menulis teks persuasi siswa antara sebelum dan sesudah diberikan perlakuan. Sementara, nilai rata-rata *pretest* di kelas kontrol adalah 45,56 dan *posttest* 61,67 sehingga memiliki nilai selisih sebesar 16,11. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan nilai rata-rata keterampilan menulis teks persuasi siswa di kelas kontrol. Namun, peningkatannya tidak sebesar peningkatan nilai rata-rata di kelas eksperimen yang diberikan perlakuan media iklan layanan masyarakat dalam pembelajarannya.

Media video iklan layanan masyarakat dalam penelitian ini juga dapat dikatakan efektif untuk pembelajaran menulis teks persuasi karena telah memenuhi indikator keefektifan pembelajaran. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil Uji-t yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil Uji-t diperoleh Thitung sebesar 6,762 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ artinya H_0 ditolak. Hasil signifikan dalam Uji-t tersebut menunjukkan bahwa penerapan media video iklan layanan masyarakat lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan menulis teks persuasi siswa di kelas VIII. Keefektifan media pembelajaran yang digunakan dalam pembelajaran menulis teks persuasi di kelas eksperimen dan kelas kontrol dapat dilihat melalui perolehan nilai *N-gain* persen berikut.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Rata-Rata Uji *N-Gain* Persen

Kelas	Rata-Rata N-Gain (%)	Kriteria
Kelas Eksperimen	62.0403	Cukup Efektif
Kelas Kontrol	29.5755	Tidak Efektif

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa perolehan rata-rata *N-gain* kelas kontrol dengan pembelajaran tanpa menggunakan media video iklan layanan masyarakat yaitu 29.5755 termasuk pada kategori tidak efektif dalam tafsiran efektivitas *N-gain*. Sedangkan, rata-rata *N-gain* kelas eksperimen dengan pembelajaran menggunakan media video iklan layanan masyarakat yaitu 62.0403 termasuk pada kategori cukup efektif dalam tafsiran efektivitas *N-gain*. Dari hasil nilai rata-rata yang diperoleh dalam uji *N-gain* tersebut dapat disimpulkan bahwa pembelajaran menulis teks persuasi dengan menggunakan media video iklan layanan masyarakat lebih efektif dan memberikan pengaruh yang lebih besar untuk meningkatkan keterampilan menulis teks persuasi siswa daripada pembelajaran menulis teks persuasi tanpa menggunakan media video iklan layanan masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil pembelajaran menulis teks persuasi siswa di kelas eksperimen yang diberikan perlakuan berupa media video iklan layanan masyarakat dengan siswa kelas kontrol yang diberikan perlakuan pembelajaran konvensional. Perbedaan hasil pembelajaran menulis teks persuasi tersebut ditunjukkan dengan perolehan nilai rata-rata *pretest* dan *posttest* pada kedua kelas. Media video iklan layanan masyarakat yang digunakan dalam pembelajaran menulis teks persuasi juga lebih efektif digunakan untuk membantu meningkatkan pembelajaran menulis teks persuasi siswa di kelas VIII SMP Negeri 2 Ciampel. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil Uji-t yang telah dilakukan dan perolehan nilai rata-rata *N-Gain* persen yang menunjukkan kategori cukup efektif. Dengan demikian, media video iklan layanan masyarakat ini dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif media pembelajaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan hasil belajar yang lebih baik dalam pembelajaran menulis teks persuasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiansyah, Muhammad. (2009). Paragraf <https://www.sentra-edukasi.com/2009/11/paragraf-persuasif.html>. (Diakses tanggal 26 Desember 2022).
- Dalman, H. (2016). *Keterampilan Menulis*. Rajawali Pers.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. CV Andi Offset.
- Putri, E.M., Wienike, D.P., & Een, N. (2021). "Penggunaan Media Video Iklan Layanan Masyarakat di Kanal Youtube terhadap Pembelajaran Menulis Paragraf Persuasi Siswa di Sekolah Menengah Pertama". *Jurnal Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3 (4), 2339 – 2350.
- Putri, Elbananda Melati. (2021). *Penggunaan Media Video Iklan Layanan Masyarakat di Kanal Youtube Terhadap pembelajaran Menulis Paragraf Persuasi Siswa Sekolah Menengah Pertama*. (Skripsi, Universitas Singaperbangsa Karawang).
- Sanjaya, Santi. (2018). *Peningkatan Kemampuan Menulis Teks Persuasi Melalui Media Audio Visual Pada Kelas VIII SMP Negeri 1 TelukJambe Timur*. (Skripsi Sarjana, Universitas Singaperbangsa Karawang).
- Simamarta, Janner. (2019). *Kita Menulis Semua Bisa Menulis Buku*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sukiman. (2012). *Pengembangan Media Pembelajaran*. Pedagogia.
- Tarigan, Henry Guntur. (2008). *Menulis Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Angkasa.