

Pengaruh Penggunaan Media Iklan pada Instagram Terhadap Keterampilan Menulis Teks Persuasif Siswa Sekolah Menengah Pertama

A.Nurwahida Asmi Safitri¹, Hajrah², Usman³

Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Makassar^{1,2,3}

Email: andinurwahida100@gmail.com

Abstract. This study aims to prove the effect of using advertising media on Instagram on the skills of writing persuasive texts for Class VIII students of SMP Negeri 4 Mare, Bone Regency. This research is a quantitative type with a pre-experimental design. The population of this study were students of class VIII SMP Negeri 4 Mare, Bone Regency. The data in this study are the pretest and posttest values. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis and non-parametric analysis. The results of the study through the Wilcoxon Test using SPSS version 21 revealed that there was a significant positive effect on the use of advertising media on Instagram on the persuasive text writing skills of Class VIII students of SMP Negeri 4 Mare Bone Regency as evidenced by the results of the Wilcoxon Test Output showing the Asymp value. Sig. (2-tailed) of 0.000 <probability value (α) 0.05.

Keywords: *Persuasive Text Writing Skills, Advertising Media on Instagram*

<https://ojs.unm.ac.id/societies/index>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Pembelajaran saat ini menggunakan kurikulum 2013. Kurikulum 2013 merupakan kurikulum yang telah direvisi dan telah ditetapkan untuk dipelajari pada satuan tingkat pendidikan. Pada kurikulum 2013, pelajaran Bahasa Indonesia lebih menekankan pada pembelajaran berbasis teks. Pembelajaran berbasis teks merupakan pembelajaran yang mengarah pada kesanggupan siswa untuk menyusun teks dengan baik. Misalnya, apakah siswa dapat mengontruksikan pengetahuannya dan terampil menyusun serta mampu mengembangkan teks. Kurikulum 2013 merupakan kurikulum yang berbasis karakter dan kompetensi (Mulyasa, 2013). Kurikulum 2013 tidak hanya menekankan kepada penguasaan kompetensi siswa, melainkan juga membentuk karakter. Hal ini dilakukan sebagai bagian dari upaya untuk memperbaiki kurikulum lama yang masih dikatakan memiliki banyak kekurangan.

Dalam menulis teks persuasif siswa harus dapat memahami penggunaan struktur dan kaidah kebahasaan yang baik guna mempengaruhi seseorang dalam teks persuasif tersebut. Hal tersebut terdapat dalam kurikulum 2013 pada materi pelajaran bahasa Indonesia SMP kelas VIII. Keterampilan maupun kemampuan menulis teks persuasif sangat diperlukan saat ini karena melalui tulisan persuasif, siswa dapat mengungkapkan argumennya atau pengetahuannya untuk membujuk dan meyakinkan orang lain dengan mudah melalui tulisan atau informasi yang dimilikinya agar mau mengikuti serta terpengaruh dengan argumen yang telah ditulis siswa.

Dapat dilihat, tidak semua siswa pandai dalam mengeluarkan ide atau gagasan-gagasan serta pemikirannya ke dalam sebuah tulisan. Masalah yang terkadang dihadapi siswa yakni masih minimnya penguasaan siswa dalam menggali ide dan gagasan untuk memulai menulis. Tidak menutup kemungkinan bahwa sebenarnya siswa itu mempunyai pengetahuan mengenai fakta-fakta dan informasi, namun mereka masih kesulitan dalam menyusunnya ke dalam sebuah tulisan yang utuh. Kesulitan lain yang biasa terjadi yaitu terkadang siswa belum bisa menyajikan sebuah teks persuasif yang sesuai dengan struktur serta kaidah kebahasaan yang telah ditentukan.

Media pembelajaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam proses belajar mengajar. Di samping dapat menarik perhatian siswa, media pembelajaran juga dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dalam pelajaran. Dalam penerapan pembelajaran di sekolah, guru dapat menciptakan suasana belajar yang menarik perhatian dengan memanfaatkan media pembelajaran yang kreatif, inovatif dan variatif, sehingga pembelajaran dapat berlangsung dengan mengoptimalkan proses dan berorientasi pada prestasi belajar.

Di era dengan kemajuan yang pesat seperti sekarang ini, kecanggihan teknologi bisa dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan pembelajaran. Aplikasi media sosial yang banyak digunakan dan populer di era globalisasi sekarang ini yaitu

facebook, twitter, whatsapp dan masih banyak lainnya, bahkan yang dapat dijadikan sebagai penunjang pembelajaran yaitu *Instagram*.

Dalam hal ini peneliti akan memanfaatkan salah satu postingan yaitu postingan video dari pengguna lain yang mengandung unsur iklan sebagai media dalam menulis teks persuasif, dengan harapan dapat menimbulkan imajinasi siswa untuk menulis teks yang bersifat membujuk dan mempengaruhi seseorang setelah melihat postingan yang tersebut yang mengandung iklan. Peneliti memilih postingan iklan karena tak sedikit orang pasti menggunakan bahasa persuasif dalam tayangannya.

Sangat disayangkan apabila teknologi tidak digunakan serta dimanfaatkan dengan baik sebagai media pembelajaran. Hal tersebut yang mendorong peneliti untuk memanfaatkan tampilan iklan yang ada di dalam *Instagram* ini sebagai media pembelajaran dalam menulis teks persuasif, selain membuat pembelajaran lebih menarik perhatian siswa juga karena dalam penggunaan aplikasi jejaring sosialpun tidak akan terlepas dari kemampuan seseorang mengekspresikan ide-idenya dalam sebuah tulisan. Maka dengan memanfaatkan tampilan iklan melalui kegiatan menulis ini lebih memudahkan siswa dalam mengutarakan segala ide, kreativitas, dan pikiran imajinatif yang dimilikinya ke dalam karya yang dapat diapresiasi oleh pembaca.

Dalam kurikulum ini, mata pelajaran bahasa Indonesia banyak mengalami perubahan, terutama dalam hal implementasinya. Pendekatan berbasis teks bertujuan agar pembelajaran bahasa Indonesia dapat berintegrasi dengan mata pelajaran lain dan mengharuskan siswa untuk bisa memahami dan memproduksi teks. Keterampilan menulis merupakan salah satu pembelajaran bahasa di kurikulum 2013 yang perlu untuk dikembangkan.

Keterampilan menulis adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dengan tujuan untuk menuangkan idenya dalam bentuk tulisan. Jadi, dalam hal ini menulis memiliki peranan yang sangat penting agar siswa dapat berpikir kritis. Menurut Barus (2010), menulis adalah suatu kegiatan untuk menyatakan dan menyampaikan ide atau pikiran dengan bahasa secara tertulis kepada pembaca sehingga pembaca dapat memahaminya. Kemampuan siswa dalam menulis tidak datang secara alami, tetapi perlu diadakan latihan berulang kali dan terus-menerus mulai dari tulisan yang paling mudah sampai tulisan yang memiliki cakupan yang lebih luas.

Untuk meningkatkan pemahaman siswa terhadap kemampuan menulis teks persuasif diperlukan pembelajaran yang menarik, inovatif, dan menyenangkan. Dengan diterapkannya media iklan pada *Instagram* diharapkan akan membuat siswa mampu menyajikan sebuah teks persuasif dengan baik. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di zaman yang semakin modern seperti sekarang ini seharusnya tidak menjadikan alasan seorang guru untuk tidak mampu memanfaatkan media yang sudah tersedia.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Fajriyati dan Prayitno (2020), yang mengungkapkan bahwa dengan bantuan media sosial *Instagram* di kelas VII-A SMP

Muhammadiyah Pangkalan Bun didapatkan hasil belajar siswa mengalami peningkatan. Untuk hasil pratindakan dalam penelitian tersebut diperoleh nilai rata-rata 55,5 dalam penulisan teks deskripsi, sedangkan setelah diadakan pratindakan nilai rata-rata siswa meningkat menjadi 75,25.

Dengan menggunakan iklan pada *Instagram* sebagai media pembelajaran, maka diharapkan media tersebut dapat menjadi salah satu media yang efektif dalam pembelajaran menulis teks persuasif. Siswa juga diharapkan dapat dengan mudah memahami dan menulis teks persuasif dengan baik serta dapat lebih termotivasi dan lebih kreatif lagi dalam menulis.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka peneliti mengangkat judul "Pengaruh Penggunaan Media Iklan pada *Instagram* terhadap Keterampilan Menulis Teks Persuasif Siswa Kelas VIII SMP Negeri 4 Mare Kabupaten Bone". Penelitian ini diharapkan mampu membantu siswa dalam menghadapi kendala dalam memahami dan menulis teks persuasif. Selain itu sebagai solusi dalam pembelajaran menulis teks persuasif, penelitian ini juga diharapkan mampu menemukan fakta-fakta menarik tentang pembelajaran Bahasa Indonesia di sekolah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan rancangan pre-eksperimen. Adapun desain yang digunakan adalah tipe *One-Group Pretest-Posttest Design*. Lokasi penelitian ini adalah di SMP Negeri 4 Mare Kabupaten Bone. Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa Kelas VIII yang berjumlah 61 orang dan terbagi menjadi 2 kelas. Kemudian sampel yang terpilih adalah siswa kelas VIII A yang terdiri atas 30 orang. Penentuan sampel dilakukan secara acak melalui teknik *simple random sampling*.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa nilai perolehan siswa dalam menuliskan teks persuasif. Instrumen yang digunakan berupa tes menulis teks persuasif. Tes tersebut dilakukan sebanyak dua kali, yakni sebelum dan setelah menggunakan media iklan pada *instagram* dalam proses pembelajaran. Tes tersebut kemudian dinilai menggunakan suatu kriteria penilaian menulis teks persuasif. Kriteria penilaian tersebut memuat penilaian pada aspek isi, ketepatan logika urutan cerita, pengembangan kalimat, ejaan dan tata tulis.

Untuk mengumpulkan data pada penelitian ini, maka digunakan tes awal (pretes), pemberian perlakuan (treatment), dan tes akhir (postes). Sedangkan untuk menganalisis data digunakan analisis statistik deskriptif, dan statistik non parametrik berupa Uji Wilcoxon. Uji Wilcoxon diterapkan karena data tidak memenuhi syarat normal.

Adapun pengambilan keputusan berdasarkan Uji Wilcoxon didasarkan pada uraian berikut.

- 1) Jika nilai $Asymp.sig < 0.05$, maka hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai $Asymp.sig > 0.05$, maka hipotesis ditolak (Santoso, 2016).

Keterampilan menulis teks persuasif ini dipilah menjadi 5 kategori berdasarkan interval nilai yang diperoleh. Adapun pengkategorian keterampilan menulis teks eksplanasi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

- 1) 0 – 54 berkategori tidak terampil
- 2) 55 – 64 berkategori kurang terampil
- 3) 65 – 79 berkategori cukup terampil
- 4) 80 – 89 berkategori terampil
- 5) 90 – 100 berkategori sangat terampil (Nurgiantoro, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yakni data yang diperoleh sebelum menggunakan media iklan (*pretest*) dan data yang diperoleh setelah menggunakan media iklan (*posttest*) dalam menulis teks persuasif.

Analisis Statistik Deskriptif Keterampilan Menulis Teks Persuasif Siswa Kelas VIII SMP Negeri 4 Mare Kabupaten Bone Sebelum Menggunakan Media Iklan pada Instagram (Pretest)

Analisis data *pretest* keterampilan menulis teks persuasif menunjukkan bahwa siswa yang memperoleh nilai 24 dan 32 sebanyak 1 orang, siswa yang memperoleh nilai 32 sebanyak 1 orang, siswa yang memperoleh nilai 36 sebanyak 4 orang, siswa yang memperoleh nilai 40 sebanyak 5 orang, siswa yang memperoleh nilai 44 sebanyak 1 orang, siswa yang memperoleh nilai 48 sebanyak 6 orang, siswa yang memperoleh nilai 52 dan 56 sebanyak 4 orang, siswa yang memperoleh nilai 60 sebanyak 3 orang, dan siswa yang memperoleh nilai 64 sebanyak 1 orang dengan total 30 orang siswa.

Analisis Statistik Deskriptif Keterampilan Menulis Teks Persuasif Siswa Kelas VIII SMP Negeri 4 Mare Kabupaten Bone Setelah Menggunakan Media Iklan pada Instagram (Posttest)

Analisis data hasil *posttest* pada tabel di atas menunjukkan bahwa sampel berjumlah 30 orang siswa. Siswa yang memperoleh nilai 60 sebanyak 6 orang, siswa yang memperoleh nilai 64, 68 dan 80 sebanyak 5 orang, siswa yang memperoleh nilai 72 sebanyak 2 orang, siswa yang memperoleh nilai 76 sebanyak 4 orang, siswa yang memperoleh nilai 84 sebanyak 3 orang. Adapun data hasil dari kedua tes tersebut menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel Data Statistik Deskriptif Nilai Hasil Pretes dan Postes berikut.

Tabel 1. Data Statistik Deskriptif Nilai Hasil Pretes dan Postes

No	Data	Pretes	Postes
1	N	30	30
2	Mean	46,93	70,66
3	Median	48,00	68,00
4	Mode	48,00	60,00
5	Minimum	24,00	60,00
6	Maximum	64,00	84,00

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa nilai hasil pretest dan posttest siswa mengalami peningkatan. Dari 30 sampel, nilai rata-rata (mean) pretest siswa adalah 46,93 dan posttest siswa adalah 70,66. Nilai tengah (median) pretest adalah 48,00 dan postes sebesar 68,00. Nilai yang sering muncul (mode) saat pretest yakni 48,00 dan postes 60,00. Nilai terendah (minimum) yang diperoleh saat pretest yakni 24,00 dan postes 60,00. Selanjutnya, nilai tertinggi (maximum) yang diperoleh saat pretest yakni 64,00 dan posttest 84,00. Perolehan nilai siswa sebelum dan setelah menggunakan media iklan tersebut dimasukkan dalam kategori rentang nilai untuk menentukan terampil atau tidak terampilnya siswa dalam menulis teks persuasif. Adapun pembagian kategori nilai tersebut diuraikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Rentang Nilai Data Pretes dan Postes

No	Rentang Nilai	pretes	Postes	kategori
1	90-100	0	0	Sangat Terampil
2	80-89	0	8	Terampil
3	65-79	0	11	Cukup Terampil
4	55-64	8	11	Kurang Terampil
5	0-54	22	0	Tidak Terampil
Jumlah		30	30	

Berdasarkan Tabel di atas, diketahui bahwa jumlah keseluruhan sampel adalah 30 siswa. Secara umum, keterampilan menulis teks persuasif siswa sebelum menggunakan media iklan pada *instagram* (*pretest*) berkategori kurang terampil, yakni berada pada rentang nilai 55 – 64 yang diperoleh 8 siswa, dan juga berkategori tidak terampil yakni pada rentang nilai 0 – 54 yang diperoleh 22 orang siswa. Sedangkan pada postes dikatakan terampil, yakni karena sebanyak 8 orang siswa mendapatkan nilai pada rentang yakni berada pada rentang nilai 80 – 89. Dikatakan cukup terampil, yakni karena terdapat 11 orang siswa yang memperoleh nilai pada rentang 65 – 79. Terakhir, dikatakan berkategori kurang terampil yakni karena masih terdapat 11 orang siswa yang memperoleh nilai pada rentang 55 – 64.

Selanjutnya, untuk menguji adanya pengaruh penggunaan media iklan pada *instagram* terhadap keterampilan menulis teks persuasif siswa, maka digunakan Uji *Wilcoxon*. Hal tersebut dikarenakan data tidak memenuhi syarat normal. Untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesis melalui Uji *Wilcoxon* maka dapat didasarkan pada uraian berikut.

- 1) Jika nilai $Asymp.sig < 0.05$, maka hipotesis diterima.
 - 2) Jika nilai $Asymp.sig > 0.05$, maka hipotesis ditolak (Santoso, 2016)
- Adapun hasil output ranks Uji *Wilcoxon* dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis (*Uji Wilcoxon*)
Test Statistics^a

	Postes – Pretes
Z	-4.802 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

Berdasarkan output *Test Statistics* pada Tabel 3. dapat diketahui bahwa *Asymp.Sig.(2-tailed)* bernilai 0,000. Karena nilai $0,000 < 0,05$, maka hipotesis pada penelitian ini dinyatakan diterima dalam artian terdapat pengaruh penggunaan media iklan pada *instagram* terhadap keterampilan menulis teks persuasif siswa kelas VIII SMP Negeri 4 Mare Kabupaten Bone. Untuk memperkuat hasil Uji Wilcoxon maka terdapat pula tabel pemeringkatan hasil tes. Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. *Wilcoxon Signed Rank Test*

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Postes – Pretes	Negative Ranks	0 ^a	.00	.00
	Positive Ranks	30 ^b	15.50	465.00
	Ties	0 ^c		
	Total	30		

a. Postes < Pretes

b. Postes > Pretes

c. Postes = Pretes

Hasil interpretasi Tabel 4. dapat diuraikan sebagai berikut.

- 1) *Negative Ranks* atau selisih negatif antara nilai *pretest* dan nilai *posttest* adalah 0, baik itu pada nilai N, *Mean Rank*, maupun *Sum Rank*. Nilai 0 pada tabel tersebut menunjukkan tidak adanya penurunan nilai dari *pretest* ke nilai *posttest*.
- 2) *Positive Ranks* atau selisih positif antara nilai *pretes* dan nilai *posttest* menunjukkan nilai N = 30, yang artinya semua siswa mengalami peningkatan hasil keterampilan menulis teks persuasif. *Mean Ranks* atau rata-rata peningkatan adalah sebesar 15,50. Jumlah ranking positif atau *sum of ranks* adalah sebesar 465,00.
- 3) *Ties* adalah kesamaan nilai *pretest* dan *posttest*. Pada hasil penelitian ini, nilai *ties* adalah 0, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada nilai yang sama antara hasil *pretest* dan *posttest*.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa keterampilan menulis teks persuasif siswa sebelum menggunakan media iklan pada *instagram* dalam proses pembelajaran dikategorikan tidak terampil. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil

pretest siswa yang memiliki rata-rata 46,93 dengan nilai tertinggi 64,00, nilai terendah 24,00. Berbeda dengan hasil *pretest*, hasil *posttest* siswa yakni setelah menggunakan media iklan pada *instagram* dalam proses pembelajaran dikategorikan sudah terampil. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya rata-rata hasil *posttest* sebesar 70,66 dengan nilai tertinggi 84,00, dan nilai terendah 60,00. Penggunaan media iklan tersebut berdampak positif terhadap hasil keterampilan menulis teks persuasif siswa. Meningkatnya hasil *posttest* keterampilan menulis teks persuasif juga disebabkan karena siswa lebih memahami lagi struktur teks persuasif. Pada saat *pretest* telah dilaksanakan, peneliti memberikan penjelasan ulang mengenai teks persuasif pada pertemuan selanjutnya.

Untuk menguji pengaruh penggunaan media iklan pada *instagram* terhadap keterampilan menulis teks persuasif pada penelitian ini, maka terlebih dahulu dilakukan uji normalitas terhadap data. Adapun hasil dari uji tersebut adalah data tidak berdistribusi normal dimana $P_{pretest} = 0,115$, $P_{posttest} = 0,43$, $\alpha = 0,05$, dan nilai $P_{pretest} > \alpha = 0,05$, dan $P_{posttest} < \alpha = 0,05$ sehingga diterapkan Uji Wilcoxon untuk menguji hipotesis penelitian.

Untuk menentukan diterima atau ditolaknyanya hipotesis penelitian melalui Uji Wilcoxon, maka nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* harus lebih kecil daripada nilai $\alpha = 0,05$. Adapun hasil dari Uji Wilcoxon terhadap data penelitian ini adalah nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* = 0,000 < $\alpha = 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Artinya, penggunaan media iklan pada *instagram* berpengaruh positif secara signifikan terhadap keterampilan menulis teks persuasif siswa kelas VIII SMP Negeri 4 Mare Kabupaten Bone.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media iklan pada *instagram* terhadap keterampilan menulis teks persuasif siswa Kelas VIII SMP Negeri 4 Mare Kabupaten Bone secara signifikan. Hal tersebut diketahui berdasarkan Uji *Wilcoxon* menggunakan *IBM SPSS 21 (International Business Machines Statistical Package for The Social Sciences 21)* dimana nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* = 0,000 < $\alpha = 0,05$. Selain itu, terdapat pula peningkatan keterampilan menulis teks persuasif siswa antara sebelum dan setelah menggunakan media iklan pada *instagram* yang diketahui melalui data hasil pretes dan postes menulis. Pada data hasil pretes (sebelum menggunakan media iklan) diperoleh data dimana hasil pretes berkategori tidak terampil dengan nilai rata-rata 46,93. Sedangkan, hasil postes (setelah menggunakan media iklan) diperoleh data dimana hasil postes berkategori cukup terampil dengan nilai rata-rata 70,66.

DAFTAR PUSTAKA

- Barus, Sedia Willing. 2010. *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita* . Jakarta: Erlangga.
- Fajriyati, N., & Prayitno, H. J. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Keterampilan Menulis Deskripsi Mapel Bi Bagi Siswa Kelas VII SMP Muhammadiyah Pangkalan Bun* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Mulyasa. 2013. *Pengembangan dan Implementasi Kurikulum 2013*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurgiantoro, Burhan. 2014. *Penilaian Pembelajaran Bahasa*. Yogyakarta: BPF.
- Santoso, S. 2016. *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: Elex Media Kumputindo.
- Santoso, S. 2016. *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: Elex Media Kumputindo.