

**KEMAMPUAN MENULIS IKLAN SESUAI OBJEK
PADA SISWA KELAS IX SMP NEGERI 3 BANDAR LAMPUNG**

Frieska Maryova Rachmasisca
STKIP PGRI Bandar Lampung
frieska_maryova@stkipgribl.ac.id

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimanakah kemampuan menulis iklan sesuai objek siswa kelas IX Semester Genap SMP Negeri 3 Bandar Lampung tahun pelajaran 2015/2016. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif mengenai menulis iklan sesuai objek. Sampel berjumlah 30 siswa dari jumlah keseluruhan populasi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *proportional random sampling*. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam indikator Penulisan iklan sederhana mendapatkan hasil yaitu penilaian pada aspek bahasa iklan yang sederhana 63,33% dengan predikat *cukup*, penilaian pada aspek tidak terduga 40% dengan predikat *kurang*, penilaian pada aspek menghibur 66,67% dengan predikat *cukup*, penilaian pada aspek sesuai dengan isi iklan 66, 67% dengan predikat *cukup*, penilaian pada aspek menarik 59,67% dengan predikat *cukup*, penilaian pada aspek bisa diterima 81,67% dengan predikat *baik*, dan total keseluruhan kemampuan siswa dalam menulis iklan layanan dalam masyarakat yaitu 63,19 dengan predikat *cukup*.

Kata kunci: Menulis iklan sesuai objek

PENDAHULUAN

Salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh siswa dalam belajar bahasa Indonesia adalah siswa terampil berbahasa tulis disamping berbahasa lisan. Artinya, menulis sangat penting bagi pendidikan untuk memudahkan siswa dalam berpikir secara kritis. Melalui peningkatan keterampilan menulis, siswa juga dapat mudah memecahkan masalah-masalah yang dihadapinya. Selain itu, menulis dapat menjadi suatu sarana dalam penyampai informasi dan mempermudah pemahaman terhadap suatu konsep.

Melalui proses menulis siswa dilatih untuk menyampaikan pikiran, perasaan, atau pertimbangan melalui tulisan. Alatnya adalah bahasa yang terdiri atas kata, frasa, klausa, kalimat, paragraf, dan

wacana. Pikiran yang disampaikan kepada orang lain harus dinyatakan dengan kata yang mendukung makna secara tepat dan sesuai dengan apa yang ingin dinyatakan. Kata-kata itu harus disusun secara teratur dalam klausa dan kalimat agar orang dapat menangkap apa yang ingin disampaikan itu.

Menurut Tarigan (2008:79) mengatakan menulis adalah kegiatan penyampaian pesan (gagasan, perasaan, atau informasi) secara tertulis kepada pihak lain. Dalam kegiatan berbahasa menulis melibatkan empat unsur, yaitu penulis sebagai penyampai pesan, pesan atau isi tulisan, medium tulisan, serta pembaca sebagai penerima pesan. Jadi, makin teratur bahasa yang digunakan, makin mudah orang menangkap pikiran

yang disalurkan melalui sebuah tulisan. Namun, tidak semua orang mampu untuk menuangkan gagasannya menjadi sebuah tulisan yang dapat dipergunakan untuk berbagai macam hal dalam kehidupan ini seperti menulis iklan.

Lado (2001:148) berpendapat bahwa periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat missal seperti televisi, radio, Koran, majalah, direct mail (pengeposan langsung), reklame luar ruang, atau kendaraan umum. Sedangkan menurut Kotler (2005:82) menyatakan bahwa “Iklan adalah segala bentuk presentasi non-pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar”.

Pentingnya menulis sebuah iklan sangat melatih seseorang untuk menginformasikan kepada orang lain mengenai suatu produk, jasa, keunggulan dan segala informasi yang berhubungan dengan pemasaran. Iklan adalah seni berkomunikasi untuk menyampaikan pesan lewat kata, gambar dan suara untuk menampilkan iklan yang dikemas sedemikian memikat, yang bersifat membujuk kepada konsumen. Oleh sebab itu, menulis iklan yang baik dilatih mulai dari segi bahasa komunikasi dan menarik maupun segi gambar dan tampilan iklan yang dibuat.

Berhubungan dengan pembelajaran, pentingnya menulis iklan bagi siswa adalah melatih siswa untuk senantiasa mengembangkan ide penulisannya dalam gambaran penjualan sebuah barang atau jasa yang berguna bagi orang lain. Selain itu, menulis iklan juga mempunyai fungsi penting dalam masyarakat yaitu salah

satunya sebagai Sumber informasi, melalui menulis iklan, dapat memberikan informasi yang lebih banyak daripada yang lainnya, baik tentang produknya, distribusi atau tempat pembelannya atau informasi lain yang mempunyai kegunaan bagi masyarakat.

Permasalahan yang menjadi kendala utama seseorang menulis iklan adalah kurangnya kemampuan seseorang mengembangkan bahasa iklan sehingga mudah diterima dan dipahami oleh seluruh kalangan masyarakat. Sebagai contoh penulisan iklan yang tidak sesuai dengan objek yang diambil, iklan tidak bersifat umum dan kurang diterima oleh setiap kalangan masyarakat seperti iklan mengenai produk kecantikan orang dewasa. Kebanyakan seseorang menulis iklan hanya sebatas untuk memperkenalkan atau mempromosikan barang atau jasa terbaru dari produksinya tanpa memperhatikan situasi dan kondisi masyarakat pada saat ini. Oleh sebab itu, sebelum menulis iklan ada baiknya menentukan objek kajian terlebih dahulu untuk dijadikan iklan.

Penggunaan objek iklan, akan mempermudah siswa dalam menulis iklan, karena hal penulisan iklan hanya terfokus pada objek yang digunakan. Siswa juga tidak perlu memikirkan tema utama yang sebaiknya dijadikan acuan untuk menulis iklan. Dengan menggunakan objek maka siswa dengan mudah akan mengembangkan pemikirannya dalam menulis iklan.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penulis menggunakan metode ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu

mendeskrripsikan tingkat kemampuan siswa dalam menulis iklan.

Kemampuan menulis iklan sesuai objek dimaksudkan agar siswa lebih memfokuskan pada pembahasan yang disesuaikan dengan objek kajian.

Biasanya menulis iklan dengan objek yang dipilih memudahkan para pembaca iklan untuk mengetahui tujuan dan maksud yang ingin disampaikan oleh penulis iklan. Indikator penilaian membuat iklan sebagai berikut.

Tabel 1.
Indikator penilaian membuat iklan

Indikator	Deskripsi	Skor
Sederhana	• Bahasa yang ditulis sederhana, rapi dan mudah dipahami	20
	• Bahasa yang ditulis sederhana dan kurang rapi	15
	• Bahasa yang ditulis cukup baik dan tidak rapi	10
	• Bahasa yang ditulis tidak menggunakan tidak baik dan sulit dipahami	5
	• Bahasa yang ditulis tidak rapi dan sangat sulit untuk dipahami	0
Tidak terduga	• Terdapat Keunikan dan Himbauan yang baik	20
	• Cukup terdapat Keunikan dan Himbauan yang baik	15
	• sedikit terdapat Keunikan dan Himbauan yang baik	10
	• Kurang terdapat Keunikan dan Himbauan yang baik	5
	• Tidak terdapat Keunikan dan Himbauan yang baik	0
Menghibur	• Iklan lucu dan menarik	20
	• Iklan cukup lucu dan menarik	15
	• Iklan cukup lucu dan kurang menarik	10
	• Iklan tidak lucu dan kurang menarik	5
	• Iklan tidak lucu dan tidak menarik	0
Sesuai	• Isi Iklan mudah dipahami	20
	• Isi Iklan Cukup Sulit dipahami	15
	• Isi Iklan yang ditulis kurang sesuai dengan tema	10
	• Isi Iklan yang ditulis hampir tidak sesuai dengan tema	5
	• Isi Iklan yang ditulis tidak sesuai dengan tema	0

Menarik	• Iklan banyak disertai gambar dan bahasa yang kreatif	20
	• Iklan hanya disertai gambar	15
	• Iklan banyak disertai gambar dan bahasa kurang kreatif	10
	• Iklan disertai gambar dan bahasa yang tidak kreatif	5
	• Iklan tidak disertai gambar dan bahasa yang kreatif	0
Diterima	• Bersifat positif dan ajakan	20
	• Bersifat positif	15
	• Cukup bersifat positif	10
	• Tidak bersifat positif	5
	• Tidak diterima oleh semua kalangan	0

Sumber : Lee, Monle & Carla Johnson

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah diadakan analisis hasil kemampuan menulis iklan sesuai objek yang dikerjakan siswa, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 2.
Nilai Indikator Penilaian Kemampuan Menulis Iklan
Siswa kelas IX SMP Negeri 3 Bandar Lampung

No	Indikator Penilaian						(%)	Kriteria
	1	2	3	4	5	6		
1	15	15	10	10	15	15	80	Baik
2	15	15	10	10	15	15	80	Baik
3	15	5	15	20	10	20	85	Baik Sekali
4	15	10	15	15	15	15	85	Baik Sekali
5	15	10	15	15	15	20	90	Baik Sekali
6	15	10	15	15	10	20	85	Baik Sekali
7	15	10	15	15	10	15	80	Baik
8	10	5	10	10	10	15	60	Cukup
9	15	10	20	15	15	15	90	Baik Sekali
10	10	10	15	15	15	15	80	Baik
11	10	5	10	5	10	15	55	Kurang
12	5	5	20	20	10	20	80	Baik
13	15	5	15	15	15	15	80	Baik
14	10	5	10	10	15	20	70	Cukup
15	10	5	20	10	10	15	70	Cukup
16	20	10	15	15	15	20	95	Baik Sekali
17	15	10	10	15	10	15	75	Cukup
18	5	5	5	10	10	15	50	Sedang
19	10	10	10	15	10	20	75	Cukup
20	10	5	5	5	5	10	40	Kurang
21	15	5	20	15	15	15	85	Baik Sekali
22	5	20	5	5	5	5	45	Kurang

								Sekali
23	15	10	15	15	15	20	90	Baik Sekali
24	15	10	15	15	15	15	85	Baik Sekali
25	15	10	15	15	10	20	85	Baik Sekali
26	10	10	10	15	10	20	75	Cukup
27	10	10	10	15	10	20	75	Cukup
28	15	10	15	15	10	15	80	Baik
29	15	10	15	15	10	15	80	Baik
30	15	10	20	15	15	15	90	Baik Sekali
	380	270	400	400	355	490	2295	63,19
	63,33	45	66,67	66,67	59,167	81,67	3600	Cukup

Berdasarkan hasil analisis kemampuan menulis iklan siswa kelas IX SMP Negeri 3 Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2015/2016 didapatkan kesimpulan bahwa dalam indikator Penulisan iklan sederhana mendapatkan hasil yaitu penilaian pada aspek bahasa iklan yang sederhana 63,33% dengan predikat *cukup*, penilaian pada aspek tidak terduga 40% dengan predikat *kurang*, penilaian pada aspek menghibur 66,67% dengan predikat *cukup*, penilaian

pada aspek sesuai dengan isi iklan 66,67% dengan predikat *cukup*, penilaian pada aspek menarik 59,67% dengan predikat *cukup*, penilaian pada aspek bisa diterima 81,67% dengan predikat *baik*, dan total keseluruhan kemampuan siswa dalam menulis iklan layanan dalam masyarakat yaitu 63,19 dengan predikat *cukup*.

Berikut tabel frekuensi kemampuan siswa dalam menulis iklan sesuai objek.

Tabel 3.
Distribusi Frekuensi Kemampuan Menulis Iklan Sesuai Objek
Siswa kelas IX SMP Negeri 3 Bandar Lampung

Rentang Skor	Frekuensi Sampel	Frekuensi Realatif	Tingkat Kemampuan
85 – 100	11	36,67%	Baik Sekali
75 – 84	12	40%	Baik
60 – 74	3	1%	Cukup
40 – 59	3	1%	Rendah
0 – 39	-	-	Sangat Rendah
	30	100	

Sumber : Pengolahan Data

Berdasarkan hasil tabel di atas diperoleh hasil 11 siswa dengan persentase 36,67% mendapatkan predikat baik sekali, 12 siswa dengan persentase 40% mendapatkan predikat baik, 3 siswa dengan persentase 1% predikat cukup,

dan 3 siswa dengan persentase 1% mendapatkan predikat rendah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penilaian pada aspek bahasa iklan yang sederhana sebesar

63,33% dengan predikat *cukup*, penilaian pada aspek tidak terduga adalah 40% dengan predikat *kurang*, penilaian pada aspek menghibur prosentase 66,67% dengan predikat *cukup*, penilaian pada aspek sesuai dengan isi iklan senilai 66,67% dengan predikat *cukup*, penilaian pada aspek menarik 59,67% dengan predikat *cukup*, penilaian pada aspek bisa diterima 81,67% dengan predikat *baik*, dan total keseluruhan kemampuan siswa dalam menulis iklan layanan dalam masyarakat yaitu 63,19 dengan predikat *cukup*. Dengan demikian, kemampuan menulis iklan sesuai objek pada siswa kelas IX semester genap SMP negeri 3 Bandar Lampung berada dalam kategori cukup.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta
- Lado, Robert. (2001). *Pelajaran Menulis (Edisi Terjemahaan)*. Jakarta : Gramedia.
- Lee, Monle & Carla Johnson, (2002). *Prinsip-Prinsip Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta : Prenada.
- Liang Gie, The. (2002). *Terampil Mengarang*. Yogyakarta: Andi.
- Sulistyowati. (2009). *Analisis Pengatur Kreatifitas Iklan*. Pekanbaru. Jurnal Pembelajaran Ekonomi.
- Tarigan, Henry Guntur. (2008). *Menulis sebagai Ketrampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.