

Kemampuan Menulis Teks Iklan Berdasarkan Struktur dan Kaidah Kebahasaan Siswa Kelas VIII SMPN 17 Mataram

Suci Ramdhani¹, Baiq Nilawati Astini², Ika Rahmayani³

^{1,2,3}Program Studi Tadris Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Email : suciramdhani@gmail.com

Abstract

The problem behind this research is that students' ability to write advertising texts is still low. This is caused by students' lack of interest in participating in learning and teachers' lack of creativity when delivering learning material, so that students experience difficulty in learning to write advertising texts. This research aims to determine students' ability to write advertising texts based on the structure and linguistic rules of class VIII students at SMPN 17 Mataram. This research uses quantitative descriptive research. The population of this research is class VIII C students of SMPN 17 Mataram. The sample in this research consisted of 20 students. Data collection uses Test/Assignment techniques and documentation techniques. Based on the results and discussion, it shows that class VIII C students at SMPN 17 Mataram based on structural aspects are in the Quite Capable (CM) category with an average score of 61. The number of students who obtained scores in the very capable category was 5 students, 2 students in the capable category, 5 students received the moderately capable category, 6 students received the less capable category, and 2 students received the incapable category. Furthermore, based on aspects of linguistic rules, it is in the Less Able (KM) category with an average score of 55.85. The number of students who obtained scores in the very capable category was 3 students. 3 students got scores in the capable category. 9 students were in the underprivileged category, and 5 students got grades in the underprivileged category.

Keywords: Ability to Write Advertising Text.

Abstrak

Masalah yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu masih rendahnya kemampuan siswa dalam menulis teks iklan. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya minat siswa dalam mengikuti pembelajaran dan kurangnya kreativitas guru ketika menyampaikan materi pembelajaran, sehingga siswa mengalami kesulitan dalam mengikuti pembelajaran menulis teks iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan siswa dalam menulis teks iklan berdasarkan struktur dan kaidah kebahasaan siswa kelas VIII SMPN 17 Mataram. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 20 siswa. Pengumpulan data menggunakan teknik Tes/Penugasan dan teknik dokumentasi. Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram berdasarkan aspek struktur berada pada kategori Cukup Mampu (CM) dengan nilai rata-rata 61. Jumlah siswa yang mendapatkan nilai pemerolehan dengan kategori sangat mampu 5 siswa, 2 siswa dengan kategori mampu, 5 siswa mendapatkan kategori cukup mampu, 6 siswa dengan kategori kurang mampu, dan 2 siswa mendapatkan kategori tidak mampu. Selanjutnya berdasarkan aspek kaidah kebahasaan berada pada kategori Kurang Mampu (KM) dengan nilai rata-rata 55,85. Jumlah siswa yang mendapatkan nilai pemerolehan dengan kategori sangat mampu 3 siswa. 3 siswa mendapatkan nilai dengan kategori mampu. 9 siswa dengan kategori kurang mampu, dan 5 siswa mendapatkan nilai dengan kategori tidak mampu.

Kata Kunci : *Kemampuan Menulis Teks Iklan.*

PENDAHULUAN

Keterampilan menulis merupakan salah satu keterampilan berbahasa yang menjadi tujuan setiap pengajar Bahasa di sekolah tertuang pada kurikulum 2013. Mata pelajaran bahasa Indonesia memuat semua materi berbasis teks. Berbicara tentang teks tidak dapat dilepaskan dari pembicaraan tentang genre. Genre merujuk pada nilai-nilai atau norma-norma kultural yang direalisasikan dalam suatu proses sosial. Genre dapat didefinisikan sebagai jenis teks yang berfungsi menjadi rujukan agar suatu teks dapat dibuat lebih efektif, baik dari segi ketepatan tujuannya (tujuan sosial), maupun ketepatan pemilihan dan penyusunan

elemen teks, dan ketepatan dalam penggunaan unsur tata bahasanya (Mahsun, 2018:20).

Keterampilan menulis merupakan salah satu dari empat aspek kebahasaan, keterampilan menulis bertujuan untuk melatih daya pola pikir siswa dalam mengembangkan nalar serta imajinasi dalam bentuk tulisan. Hal itu sangat penting guna melatih keterampilan siswa dalam menulis. Pentingnya kemampuan menulis membuat penelitian ini akan focus untuk menganalisis hasil karya siswa. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan siswa dalam menulis yang diperoleh dengan proses membaca, menyimak, dan mengamati.

Teks yang dipelajari siswa SMP khususnya kelas VIII memiliki berbagai genre. Salah satu genre yang ada pada kelas VIII adalah teks iklan. Pada penelitian ini, teks iklan yang di merupakan objek yang diteliti. Dalam kurikulum 2013 pembelajaran Bahasa Indonesia materi teks iklan terdapat di kelas VIII semester genap. Siswa diharapkan mampu menulis teks iklan dengan memperhatikan struktur dan kaidah kebahasaan.

Salah satu materi teks yang harus diajarkan pada kelas VIII adalah materi teks iklan dengan KD 3.3 mengidentifikasi informasi teks iklan dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar. IPK (Indikator Pencapaian Kompetensi) 3.3.1 mengidentifikasi isi, fungsi, dan unsur teks iklan, 3.3.2 menyimpulkan informasi dan pesan)isi teks iklan, 3.3.3 mengungkapkan Kembali isi teks iklan. pada KD 3.3 difokuskan pada kemampuan siswa memproduksi teks iklan.

Teks iklan adalah teks yang memberikan informasi atau pemberitaan kepada khalayak mengenai suatu produk yang ingin dipasarkan dengan cara yang menarik sehingga konsumen tertarik terhadap produk yang dipasarkan. Teks iklan memiliki struktur dan kaidah kebahasaan.

Menulis teks iklan sangat penting untuk meningkatkan kreativitas, melatih otak, melatih daya imajinasi sehingga siswa diharapkan mampu mengembangkannya dalam bentuk tulisan. Dalam menulis teks iklan diharapkan siswa mampu membujuk atau meyakinkan orang untuk menghasilkan respon dan membantu tercapainya objektivitas atau tujuan pemasaran. oleh karena itu, kemampuan siswa dalam menulis teks iklan dengan memperhatikan struktur dan kaidah kebahasaan perlu diperhatikan. Pentingnya menulis teks iklan dengan memperhatikan struktur dan kaidah kebahasaan agar siswa mampu menulis dengan terstruktur dan mengasah kemampuan siswa dalam penggunaan kata serta kalimat yang benar dalam teks

Dengan adanya penelitian tentang kemampuan menulis teks iklan ini, diharapkan siswa mampu menarik konsumen untuk membeli produk yang sedang dipasarkan. Penelitian tentang kemampuan menulis teks iklan memang sudah banyak yang meneliti, tetapi penelitian tentang kemampuan menulis

teks iklan belum pernah dilakukan di SMPN 17 Mataram. Pemilihan SMPN 17 Mataram sebagai tempat penelitian karena keterampilan menulis di sekolah tersebut pada umumnya masih belum efektif, karena kurangnya kebiasaan menulis oleh siswa sehingga sulit menuangkan ide dalam bentuk tulisan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Arikunto (2006:64) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian nonhipotesis sehingga dalam penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis. Kualitatif deskriptif yaitu suatu penilaian yang berusaha mengumpulkan data untuk memberikan gambaran, jawaban, dari pertanyaan-pertanyaan, dan menyajikan data menggunakan kata atau kalimat. Penelitian kualitatif dan analisis kuantitatif dapat dilakukan secara bersama-sama dalam penelitian pembelajaran bahasa. Pada hakikatnya dalam analisis kualitatif tidak menutup kemungkinan pemanfaatan data kuantitatif. Oleh karena itu untuk memperkuat deskripsi data penelitian ini juga menggunakan analisis kuantitatif sederhana untuk menentukan skor kemampuan Menulis Teks Iklan Berdasarkan Struktur dan Kaidah Kebahasaan Siswa Kelas VIII C SMPN 17 Mataram.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua siswa kelas VIII SMPN 17 Mataram yang berjumlah 80 orang. Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2014:81) *Probability Sampling* adalah teknik sampling yang memberi peluang sama kepada anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Cara demikian sering disebut dengan random sampling, atau cara pengambilan sampel secara acak. Berdasarkan hasil penarikan sampel yang dilakukan secara acak, dari 4 kelas tersebut yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah kelas VIII C dengan jumlah 20. Siswa

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penugasan. Data penelitian ini diperoleh dengan pemberian tugas (penugasan). Tugas dibagikan berdasarkan jumlah sampel yang

telah ditentukan. Metode yang dilakukan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah tes terhadap kemampuan siswa dalam menulis teks iklan sesuai dengan struktur dan unsur kebahasaan. Tugas essay yang diberikan kepada siswa tersebut disesuaikan dengan jam pelajaran bahasa indonesia di sekolah. Waktu yang diberikan disesuaikan dengan jam pelajaran bahasa indonesia di sekolah tersebut. Hasil dari tes tulis siswa kemudian dianalisis dengan memperhatikan beberapa aspek yang dinilai dalam menulis teks iklan yang kemudian akan diperiksa oleh peneliti untuk menentukan hasil kemampuan siswa.

Adapun instrumen dalam penelitian ini adalah instrumen penelitian dari aspek struktur dan kaidah kebahasaan teks iklan, berdasarkan isi dan instrumen penilaian hasil analisis kemampuan menulis teks iklan berdasarkan struktur dan kaidah kebahasaan siswa kelas VIII SMPN 17 Mataram.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Pada saat analisis kuantitatif dilakukan dengan pemberian angka, selanjutnya data dianalisis dengan metode analisis data kualitatif yang bertujuan untuk memperkuat data kuantitatif. Data yang telah terkumpul pada tahap pengumpulan data selanjutnya dianalisis sehingga akan memberikan gambaran hasil akhir dan bahan pertimbangan kesimpulan akhir. Data yang telah terkumpul melalui pedoman penelitian akhir berdasarkan instrumen penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus.

Untuk menghitung hasil tulisan siswa dalam menulis teks iklan digunakan rumus sebagai berikut:

Untuk menghitung nilai rata-rata siswa digunakan rumus

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan :

\bar{X} = Rata-rata (mean)

$\sum X$ = Jumlah skor siswa

N = Jumlah subjek

Tabel 3.6 Kategori Penilaian

Nilai	Kategori	Kriteria
80-100	A	Sangat Mampu
66-79	B	Mampu
56-65	C	Cukup Mampu
40-55	D	Kurang Mampu
≤40	E	Tidak Mampu

Sumber : Arikunto & Jabar (2009:35)

Penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini adalah berupa pendeskripsian atau menggambarkan mengenai kemampuan menulis teks iklan berdasarkan struktur dan kaidah kebahasaan siswa kelas VIII khususnya kelas VIII C SMPN 17 Mataram. Metode penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode informal. Menurut Mahsun (2020:252), metode informal adalah metode perumusan yang menggunakan kata-kata biasa termasuk penggunaan terminology yang bersifat teknik. Metode informal yaitu menggunakan kata-kata maksudnya dalam penelitian ini adalah menggunakan kata-kata yang dipakai dalam mendeskripsikan dan menggambarkan hasil analisis dengan menggunakan teks.

PEMBAHASAN

Berikut disajikan hasil penilaian teks iklan yang disusun oleh 20 siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram. Hasil penilaian disajikan menggunakan tabel kemampuan menulis teks iklan dari aspek struktur dan kaidah kebahasaan.

1. Kemampuan Menulis Teks Iklan Siswa Kelas VIII C SMPN 17 Mataram Berdasarkan Aspek Struktur

Bagian ini akan dibahas tentang kemampuan siswa dalam menulis teks iklan yang dilihat dari aspek struktur yaitu orientasi, tubuh iklan, dan justifikasi. Selanjutnya akan dibahas bagian pertama yaitu Orientasi, pada bagian ini menjelaskan mengenai gambaran awal, bisa berisi judul, yang biasanya terletak di atas atau awal teks. Judul ini juga bisa berarti nama produk. Dari hasil menulis teks iklan pada aspek struktur bagian orientasi dapat dilihat pada tabel 4.1, diketahui bahwa dari 20 siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram terdapat 4 siswa sangat mampu, 7 siswa mampu, 6 siswa cukup mampu, dan 3 siswa kurang mampu.

Selanjutnya bagian kedua yaitu Tubuh Iklan, pada bagian ini berisis mengenai inti dari teks iklan. Berisis nama dan gambar dari produk barang atau jasa yang ditawarkan. Dari hasil menulis teks iklan siswa pada aspek struktur bagian tubuh iklan dapat dilihat pada tabel 4.1, bahwa dari 20 siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram terdapat 5 siswa mampu, 11 siswa cukup mampu, dan 4 siswa kurang mampu.

Bagian terakhir yaitu Justifikasi, bagian ini menjelaskan mengenai deskripsi dari produk, meliputi: keunggulan, spesifikasi, cara mendapatkan produk, lokasi penjualan, dan sebagainya. Intinya untuk memberi informasi yang berkaitan dengan hal pokok mengenai sehingga dapat menarik konsumen. Dari hasil menulis teks iklan siswa pada aspek struktur bagaian justifikasi dapat dilihat pada tabel 4.1, bahwa dari 20 siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram terdapat 2 siswa mampu, 5 siswa cukup mampu, dan 13 siswa kurang mampu.

Berdasarkan data yang didapatkan di atas dapat dideskripsikan bahwa dari 20 siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram, rata-rata seluruh siswa cukup mampu menulis teks iklan pada aspek struktur. Kemampuan menulis teks iklan siswa kelas VIII C dikategorikan cukup mampu, dapat dilihat dari nilai rata-rata struktur teks iklan yaitu 61 berada pada kategori Cukup Mampu (CM).

Kenyataan di atas tidak selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Diyanti (2018) mengenai kemampuan menulis teks iklan berdasarkan aspek struktur pada siswa kelas VIII D SMPN 11 Kota Jambi. Kemampuan menulis teks iklan pada aspek struktur terdapat 13 siswa mandapatkan kategori sangat mampu, 14 siswa mandapatkan kategori mampu, 9 siswa mendapatkan kategori cukup mampu, dan 2 siswa mandapatkan kategori tidak mampu. Berdasarkan hal tersebut nilai rata-rata seluruh siswa kelas VIII D SMPN 11 Kota jambi yaitu 75 termsuk dalam kategori Mampu (M).

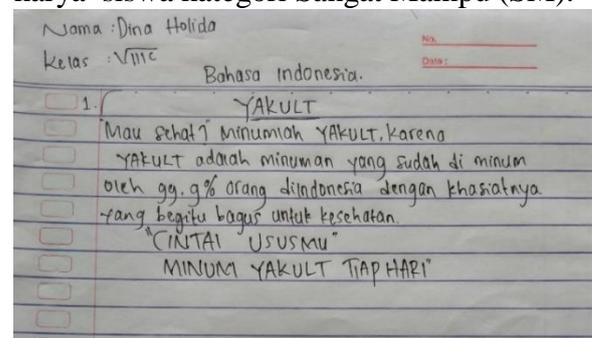
Kenyataan di atas tidak selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aslami (2022) mengenai kemampuan

menulis teks iklan siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor. Kemampuan menulis teks iklan pada aspek struktur terdapat 4 siswa dengan predikat baik sekali. Sementara itu, skor terendah yang diperoleh siswa adalah 2 dengan predikat cukup. Siswa yang memperoleh skor 4 sebanyak 20 orang. Skor 3 sebanyak 6 orang, dan skor 2 sebanyak 1 orang. Jadi nilai rata-rata kemampuan menulis siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor 92,5 tergolong ke dalam kategori baik sekali.

Kenyataan di atas tidak selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nafis (2020) mengenai kemampuan menulis teks iklan pada aspek struktur siswa kelas VIII MTsN 8 Jombang. Nilai rata-rata 81,57 termasuk kategori mampu. 15 siswa mendapatkan kategori sangat mampu, 10 siswa mendapatkan kategori mampu, 8 siswa mendapatkan kategori cukup mampu, dan 5 siswa mendapatkan kategori kurang mampu.

a. Hasil Menulis Teks Iklan Siswa Ktegori Sangat Mampu

Siswa yang memperoleh kategori Sangat Mampu (SM) dengan nilai perolehan 80-100 sebanyak 5 siswa, diantaranya yaitu Abdul Rozik, Dina Holida, Hamdani, Hijran Maulana, dan Novita Sari. Berikut salah satu karya siswa kategori Sangat Mampu (SM).

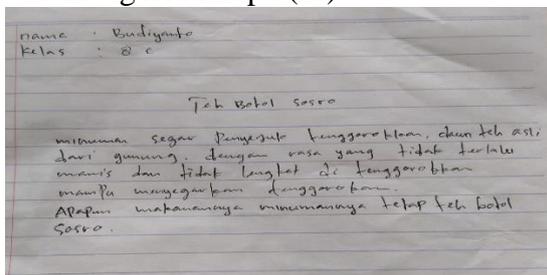


Dalam teks iklan yang ditulis oleh siswa tersebut meliputi struktur tejks iklan, karena siswa menggunakan ketiga struktur yang terdapat dalam teks iklan diantaranya orientasi, tubuh iklan, dan justifikasi. Orientasi tersebut menuliskan bagian awal yang berisi judul atau nama produk yang biasanya terletak di atas atau awal teks. Orientasi pada teks iklan tersebut yaitu "Minuman Kafein".

Tubuh Iklan menjelaskan bagian inti dari pemasaran produk barang atau jasa berisi nama produk. Tubuh iklan pada teks iklan tersebut yaitu “minum kopi kapal api saja! Yang bisa bikin melek lagi. Justifikasi mengenai deskripsi dari produk, meliputi keunggulan produk, cara mendapatkan produk dan lokasi penjualan. Dalam teks iklan tersebut hanya menjelaskan keunggulan produk yaitu “kopi kapal api mengandung kafein yang membuat tubuh menjadi lebih fresh, kopinya lebih pekat, dan nyaman diminum”.

b. Hasil Menulis Teks iklan Siswa Kategori Mampu

Siswa yang memperoleh kategori Mampu (M) dengan nilai perolehan 66-79 sebanyak 2 siswa diantaranya yaitu Budianto dan Safani Amalia. Berikut salah satu karya siswa kategori Mampu (M).

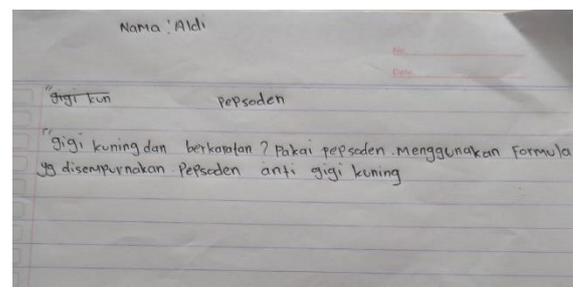


Dalam teks iklan di atas yang ditulis oleh siswa dengan kode sampel 006 meliputi struktur teks iklan, karena siswa menggunakan ketiga struktur yang terdapat dalam teks iklan diantaranya orientasi, tubuh iklan, dan justifikasi. Orientasi menjelaskan bagian pengenalan berisi judul atau nama produk yang biasanya terletak di awal teks. Orientasi dalam teks iklan tersebut yaitu “The Botol Sosro”. Tubuh iklan berisi nama produk dan inti dari teks iklan. Tubuh iklan dalam teks iklan tersebut yaitu “apapun makanannya minumannya tetap the botol sosro”. Justifikasi berisi mengenai pendeskripsian dari produk, meliputi keunggulan produk, cara mendapatkan produk, dan lokasi penjualan. Justifikasi juga berisi informasi yang berkaitan dengan hal pokok mengenai produk sehingga dapat menarik konsumen. Justifikasi dalam teks iklan tersebut yaitu “daun teh asli dari gunung dengan rasa yang tidak terlalu manis dan tidak lengket di tenggorokan”. Dalam penjelasan tersebut hanya berisi informasi

pokok mengenai produk, tidak mencantumkan keunggulan produk, cara mendapatkan produk, dan lokasi penjualan.

c. Hasil Menulis Teks Iklan Siswa Kategori Cukup mampu

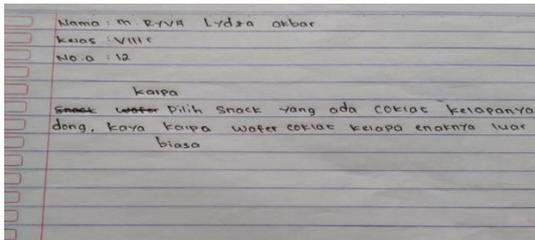
Siswa yang memperoleh kategori Cukup Mampu (CM) dengan nilai perolehan 56-65 sebanyak 5 siswa yaitu Ahmad Ali, Ali Rosibah, Jahra Tusita, Madani, dan Yuliani. Berikut salah satu karya siswa kategori Cukup Mampu (CM).



Dalam teks iklan di atas yang ditulis oleh siswa dengan kode sampel 003 berdasarkan aspek struktur teks iklan, siswa hanya menggunakan dua bagian dari struktur yang terdapat dalam teks iklan diantaranya orientasi dan Tubuh Iklan. Orientasi menjelaskan bagian pengenalan berisi judul atau nama produk yang biasanya terletak di awal teks. Orientasi dalam teks iklan tersebut yaitu “Cat No drop”. Tubuh iklan berisi nama produk dan inti dari produk yang dipasarkan. Tubuh iklan dalam teks iklan tersebut yaitu “pakai No drrop mampu mengatasi yang bocor, membuat rumah anda lebih berwarna”.

d. Hasil Menulis Teks Iklan Siswa Kategori Kurang Mampu

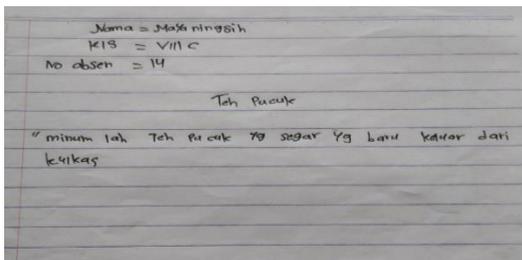
Siswa yang mendapatkan kategori Kurang Mampu (KM) dengan nilai perolehan 40-55 sebanyak 6 siswa diantaranya yaitu Aldi Alfa Rizki, Anisa Mylani, Herlina, M. Ryva Lydza Akbar, Ramlah, dan Susi Wulandari. Berikut salah satu karya siswa kategori Kurang Mampu (KM).



Dalam teks iklan di atas yang ditulis oleh siswa dengan kode sampel 012 berdasarkan aspek struktur, siswa hanya mencantumkan dua aspek struktur diantaranya orientasi dan tubuh iklan. Orientasi menjelaskan bagian pengenalan berisi judul atau nama produk yang biasanya terletak di awal teks. Orientasi dalam teks iklan tersebut yaitu "kalpa". Tubuh iklan berisi nama produk dan isi dari teks iklan yang sedang dipasarkan. Tubuh iklan dalam teks tersebut yaitu "kalpa wafer coklat kelapa enaknye luar biasa".

e. Hasil Menulis Teks Iklan Siswa Kategori Tidak Mampu

Siswa yang mendapatkan kategori Tidak Mampu (TM) dengan nilai perolehan ≥ 40 sebanyak 2 siswa diantaranya yaitu Maya Ningsih dan Mustafa Ramdani. Berikut salah satu karya siswa kategori Tidak Mampu (TM).



Dalam teks iklan di atas yang ditulis oleh siswa dengan kode sampel 014 berdasarkan aspek struktur, pada bagian aspek struktur terdiri dari tiga diantaranya orientasi, tubuh iklan, dan justifikasi. Dalam teks iklan tersebut siswa hanya mencantumkan satu aspek struktur saja yaitu orientasi. Orientasi menjelaskan bagian pengenalan berisi judul atau nama produk yang biasanya terletak di awal teks. Orientasi dalam teks iklan tersebut yaitu "Teh Pucuk".

2. Kemampuan Menulis Teks Iklan Siswa Kelas VIII C SMPN 17 Mataram Berdasarkan Aspek Kaidah Kebahasaan

Bagian ini akan membahas tentang kemampuan siswa dalam menulis teks iklan yang dilihat dari aspek kaidah kebahasaan yang terbagi menjadi tiga yaitu, kalimat persuasif, kalimat imperatif, dan kalimat informasi. Selanjutnya akan dibahas bagian pertama yaitu kalimat persuasif bertujuan untuk membujuk dan meyakinkan pembaca menerima gagasan. Tujuannya agar calon pembeli terpengaruh untuk menggunakan produk barang atau jasa. Dari hasil menulis teks iklan siswa pada aspek kaidah kebahasaan bagian kalimat persusif dapat dilihat pada tabel 4.2 bahwa kemampuan siswa dalam menulis teks iklan pada bagian ini dari 20 siswa terdapat 1 siswa sangat mampu, 2 siswa mampu, 9 siswa cukup mampu, dan 7 siswa kurang mampu.

Selanjutnya bagian kedua yaitu kalimat imperatif, bagian ini membahas tentang pernyataan yang terdiri dari perintah, saran, dan intruksi. Tujuannya mengarahkan calon konsumen untuk membeli produk. Memakai subjek orang pertama untuk menggantikan pihak atau pelaku pemasang iklan. Kata ganti ini mangacu kepada pembaca atau pengguna misalnya "kami, saya atau aku". Dari hasil menulis teks iklan siswa pada aspek kaidah kebahasaan bagian kalimat imperatif dapat dilihat pada tabel 4.2, bahwa kemampuan siswa dalam menulis teks iklan dari 20 siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram yang menggunakan kaidah kebahasaan pada kalimat imperatif terdapat 4 siswa mampu, 7 siswa cukup mampu, 9 siswa kurang mampu.

Bagian terakhir yaitu kalimat informasi, bagian ini membahas tentang penggunaan bahas informasi dalam menyampaikan keunggulan produk dibandingkan produk yang lainnya. Dari hasil menulis teks iklan siswa pada aspek kaidah kebahasaan bagian kalimat informasi dapat dilihat pada tabel 4.2, bahwa kemampuan siswa dalam menulis teks iklan pada aspek kalimat informasi dari 20 siswa terdapat 1 siswa mampu, 5 siswa cukup mampu, dan 14 siswa kurang mampu.

Berdasarkan hasil data tersebut, dapat dideskripsikan bahwa jumlah siswa yang mendapatkan nilai perolehan 100 ada 2 siswa, jumlah siswa yang mendapatkan nilai perolehan 89 ada 1 siswa, jumlah siswa yang mendapatkan nilai perolehan 78 ada 1 siswa, jumlah siswa yang mendapatkan nilai perolehan 67 ada 2 siswa, jumlah siswa yang mendapatkan nilai perolehan 55 ada 4 siswa, jumlah siswa yang mendapatkan nilai perolehan 44 ada 4 siswa, dan jumlah siswa yang mendapatkan nilai perolehan 33 ada 5 siswa. Jadi nilai rata-rata yang diperoleh siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram dalam menulis teks iklan berdasarkan aspek kaidah kebahasaan yaitu 55,85 dengan kategori Kurang Mampu (KM).

Kenyataan di atas tidak selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh diyanti (2018) mengenai kemampuan siswa dalam menulis teks iklan berdasarkan aspek kaidah kebahasaan siswa kelas VIII D SMPN 11 Kota Jambi. Kemampuan menulis teks iklan pada aspek kaidah kebahasaan terdapat 24 siswa mendapatkan kategori sangat mampu, 4 siswa mendapatkan kategori mampu, 7 siswa mendapatkan kategori cukup mampu, dan 3 siswa mendapatkan kategori tidak mampu. Berdasarkan hasil tersebut nilai rata-rata seluruh siswa kelas VIII D SMPN 11 Kota Jambi yaitu 77,97 dengan kategori Mampu (M).

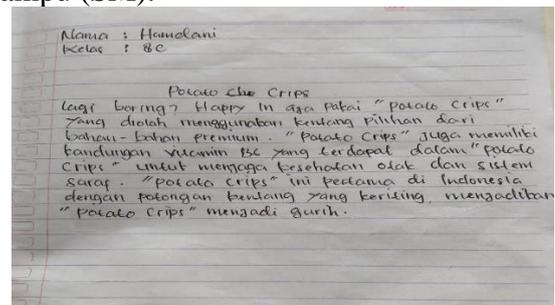
Kenyataan di atas tidak selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aslami (2022) mengenai kemampuan dalam menulis teks iklan berdasarkan aspek kaidah kebahasaan siswa kelas VIII MTsN 3 Bogor. Kemampuan menulis teks iklan pada aspek kaidah kebahasaan semua siswa mampu mencapai skor maksimal, yaitu 4. Sebanyak 27 siswa memperoleh skor 4 dengan predikat baik sekali. Skor rata-rata yang dihasilkan dari penilaian aspek kaidah kebahasaan 100 tergolong ke dalam kategori baik sekali.

Kenyataan di atas tidak selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nafis (2020) mengenai kemampuan dalam menulis teks iklan berdasarkan aspek kaidah kebahasaan siswa kelas VIII D MTsN 8 Jombang. Nilai rata-rata 82 termasuk kategori mampu. 18 siswa mendapatkan

kategori sangat mampu, 10 siswa mendapatkan kategori mampu, 8 siswa mendapatkan kategori cukup mampu, dan 2 siswa mendapatkan kategori kurang mampu.

a. Hasil Menulis Tesk Iklan Siswa Kategori Sangat Mampu

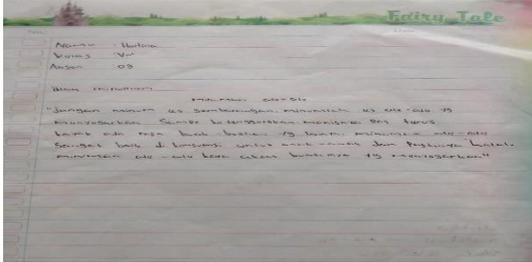
Siswa yang mendapatkan kategori Sangat Mampu (SM) dengan nilai perolehan 80-100 sebanyak 3 siswa diantara yaitu, Dina Holida, Hamdani, dan Novita Sari. Berikut salah satu karya siswa kategori Sangat Mampu (SM).



Dalam teks iklan yang ditulis oleh siswa dengan kode sampel 008 meliputi kaidah kebahasaan teks iklan, karena siswa menggunakan ketiga kaidah kebahasaan yang terdapat dalam teks iklan diantaranya Kalimat Persuasif, Kalimat Imperatif, dan Kalimat Informasi. Kalimat persuasif bertujuan membujuk dan meyakinkan pembeli agar terpengaruh untuk membeli produk yang dipasarkan. Kalimat persuasif dalam teks iklan tersebut yaitu "lagi boring? happy in aja pakai potato crips". Kalimat informasi yaitu kalimat yang memaki bahasa informatif dalam menyampaikan keunggulan produk dibandingkan produk lainnya. Kalimat informasi dalam teks iklan tersebut yaitu "Potato crips pertama di Indonesia dengan potongan kentang yang kriting".

b. Hasil Menulis Tesk Iklan Siswa Kategori Mampu

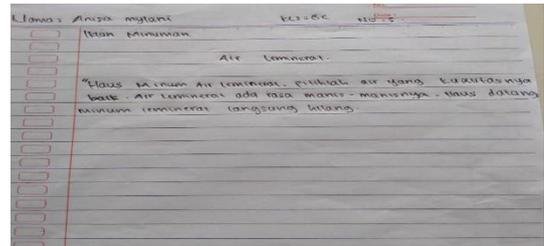
Siswa yang mendapatkan kategori Mampu (M) dengan nilai perolehan 66-79 sebanyak 3 siswa diantaranya yaitu Ali Rosibah, Herlina, dan Hijran Maulana. Berikut salah satu katya siswa kategori Mampu (M).



Dalam teks iklan di atas yang ditulis oleh siswa dengan kode sampel 009 meliputi kaidah kebahasaan teks iklan, tetapi siswa hanya mencantumkan dua aspek kaidah kebahasaan saja diantaranya Kalimat Persuasif dan Kalimat Imperatif. Kalimat persuasif adalah kalimat yang membujuk dan meyakinkan pembaca tujuannya agar calon pembeli terpengaruh untuk membeli produk yang dipasarkan. Kalimat persuasif dalam teks iklan tersebut yaitu “minuman ale-ale sangat baik di konsumsi anak-anak dan pastinya halal”. Kalimat Imperatif yaitu pernyataan yang terdiri dari perintah, saran, atau intruksi, tujuannya mengarahkan calon konsumen untuk membeli produk. Kalimat imperatif dalam teks iklan tersebut yaitu “jangan minum es sembarangan, minumlah es ale-ale yang menyegarkan sampe tenggorokan. Pada kalimat tersebut menunjukkan perintah yang bertujuan mengarahkan calon konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Dalam teks iklan yang ditulis oleh siswa tersebut tidak mencantumkan kalimat informasi. Kalimat Informasi artinya teks iklan memakai bahasa informatif dalam menyampaikan keunggulan produk dibandingkan produk yang lain.

c. Hasil Menulis Teks Iklan Siswa Kategori Kurang Mampu

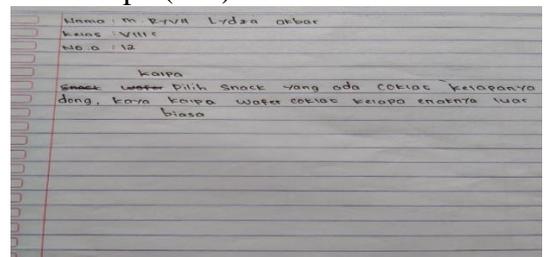
Siswa yang mendapatkan kategori Kurang Mampu (KM) dengan nilai perolehan 40-55 sebanyak 9 siswa diantaranya yaitu, Abdul Rozik, Aldi Alfa Rizki, Anisa Mylani, Budianto, Jahra Tusita, Madani, Mustafa Ramdani, Ramlah, dan Safani Amalia.



Dalam teks iklan di atas yang ditulis oleh siswa dengan kode sampel 005 meliputi kaidah kebahasaan teks iklan, tetapi siswa hanya mencantumkan dua aspek kaidah kebahasaan saja diantaranya kalimat persuasif dan kalimat imperatif. Kalimat persuasif adalah kalimat yang membujuk dan meyakinkan pembaca tujuannya agar calon pembeli terpengaruh untuk membeli produk yang dipasarkan. Kalimat persuasif dalam teks iklan tersebut yaitu “haus datang minum lemineral langsung hilang”. Padap kalimat persuasif ada dua aspek yang harus diperhatikan yaitu membujuk dan meyakinkan. Dalam kalimat tersebut hanya mencantumkan kalimat yang bertujuan meyakinkan. Kalimat Imperatif yaitu pernyataan yang terdiri dari perintah, saran, atau intruksi, tujuannya mengarahkan calon konsumen untuk membeli produk. Kalimat imperatif dalam teks iklan tersebut yaitu “pilihlah air yang kualitasnya baik”. Berdasarkan teks iklan yang ditulis siswa di atas, siswa tidak menulis kalimat informasi yang bertujuan membandingkan keunggulan produk tersebut dengan produk lainnya.

d. Hasil Menulis Teks Iklan Siswa Kategori Tidak Mampu

Siswa yang mendapatkan kategori Tidak mampu (TM) dengan nilai perolehan ≤ 40 sebanyak 5 siswa diantaranya yaitu, Ahmad Ali, M. Ryva Lydza Akbar, Maya Ningsih, Susi Wulandari, dan Yuliani. Berikut salah satu karya siswa kategori Tidak Mampu (TM).



Dalam teks iklan di atas yang ditulis oleh siswa dengan kode sampel 012 meliputi

kaidah kebahasaan teks iklan, tetapi hanya mencantumkan satu aspek kaidah kebahasaan saja yaitu kalimat persuasif. Kalimat persuasif dalam teks iklan tersebut yaitu “kalpa wafer coklat kelapa enak nya luar biasa”. Pada kalimat persuasif ada dua aspek yang harus diperhatikan yaitu membujuk dan meyakinkan. Dalam kalimat tersebut hanya mencantumkan kalimat yang bertujuan untuk meyakinkan pembeli. Kalimat Imperatif yaitu pernyataan yang terdiri dari perintah saran, atau intruksi tujuannya mengarahkan calon konsumen untuk membeli produk. Siswa tidak mencantumkan kalimat informasi dalam teks iklan yang dibuat. Kalimat informasi artinya teks iklan memakai bahasa informatif dalam menyampaikan keunggulan produk dibandingkan produk lain. Siswa tidak mencantumkan kalimat informasi dalam teks iklan yang dibuat.

Pemerolehan nilai tertinggi dari hasil penilaian kemampuan siswa secara keseluruhan berdasarkan dua aspek yaitu struktur dan kaidah kebahasaan, terdapat 2 siswa yang mendapat nilai tertinggi yakni siswa dengan kode sampel 008 dan 016 memperoleh nilai 100 yang berada pada kategori Sangat Mampu (SM). Pemerolehan nilai terendah hanya 1 siswa dengan kode sampel 014 memperoleh nilai 31 berada pada kategori Tidak Mampu (TM).

KESIMPULAN

Bagian akhir skripsi ini, penulis akan memaparkan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Berikut kesimpulan mengenai struktur dan kaidah kebahasaan menulis teks iklan siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram.

1. Kemampuan menulis teks iklan siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram berdasarkan aspek struktur dilihat dari orientasi, tubuh iklan, dan justifikas. Memperoleh nilai rata-rata 61 kategori Cukup Mampu (CM).
2. Kemampuan menulis teks iklan siswa kelas VIII C SMPN 17 Mataram berdasarkan aspek kaidah kebahasaan dilihat dari kalimat persuasif, kalimat imperatif, dan kalimat

informasi. Memperoleh nilai rata-rata 55,85 dengan kategori Curang Mampu (CM).

DAFTAR PUSTAKA

- Aslami, Raudhatul. (2022). “Penggunaan Aplikasi Neorpod dalam Pembelajaran Menulis Teks Iklan Siswa Kelas VIII MTS Negeri 3 Bogor Tahun Pelajaran 2022/2023”. *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mahsun. 2018. *Metode Penelitian Bahasa*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Mahsun. 2020. *Pembelajaran Bahasa Indonesia Berbasis Teks. (Edisi Kedua)*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- Putri, Gusti, Ira. (2022). “Pengaruh Penggunaan Model Contextual Teaching and Learning Terhadap Kemampuan Menulis Teks Iklan”. *Jurnal Konfiks*.
- Sukandarrumidi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Gadjah Mada University Press.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, Henry. 2018. *Menulis Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.