

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan alat untuk berkomunikasi. Melalui bahasa dapat menyampaikan suatu pendapat, perasaan, gagasan yang terkandung dalam pikiran kepada orang lain. Komunikasi dapat dilakukan dengan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu komunikasi tidak langsung dapat dilakukan dengan menulis. Kemampuan seorang dalam berpikir dan berbahasa sebenarnya dapat dibedakan yaitu dengan dengan melakukan usaha dan aktivitas keterampilan yaitu melatih diri kita untuk tampil.

Terdapat empat aspek keterampilan berbahasa dalam pelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. Keempat ketrampilan itu adalah keterampilan meyimak, keterampilan berbicara, keterampilan membaca, dan keterampilan menulis. Tentunya keempat aspek tersebut sangat erat kaitanya antara satu dengan yang lainnya, semua keterampilan tersebut harus diterapkan kepada pembaca, di mana pembacalah yang akan pertama kali mempelajari keempat aspek tersebut.

Salah satu keterampilan berbahasa yang paling penting dipelajari adalah keterampilan menulis. Menulis merupakan sebuah kegiatan yang menuangkan pikiran, gagasan, dan perasaan seseorang yang diungkapkan dalam bentuk tulis. Menulis sangat penting bagi pembaca untuk melalui kegiatan dalam menuangkan ide atau gagasannya dalam bentuk tulisan dan kemampuan berbahasanya. Oleh karena itu, keterampilan menulis sangat penting diperhatikan tentang sejauh mana kemampuan seseorang pembaca dan trampil menulis. Sehingga memerlukan kompetensi dasar untuk pembelajaran Bahasa Indonesia.

Salah satu kompetensi dasar dalam pembelajaran bahasa Indonesia yaitu menulis teks iklan dengan menggunakan bahasa yang singkat, padat dan jelas. Tujuan pembelajaran yang diharapkan sesuai dengan indikator. Indikator yang diharapkan adalah siswa mampu menentukan objek yang akan diiklankan, mampu menuliskan iklan dengan bahasa yang singkat, padat dan jelas serta mampu menyunting iklan. Yang menjadi salah satu jenis iklan yang sering digunakan dalam media cetak dan elektronik merupakan suatu alat untuk menyampaikan atau memperkenalkan barang yang ingin dijual.

Kemampuan menulis iklan tidak dapat hadir dengan sendirinya melainkan dengan adanya latihan-latihan menulis. Sebelum mampu menulis, seorang pembaca harus mampu membaca dengan baik. Dengan membaca maka dapat menyimak atau memahami tentang informasi yang dibaca kemudian menuangkan informasi tersebut dengan bentuk tulisan. Sehingga untuk membuat informasi yang dibaca menjadi teks iklan diperlukan beberapa model. Di mana salah satu model yang digunakan adalah *Example non Example*.

Peneliti menggunakan model pembelajaran *Example non Example*, dengan menggunakan contoh gambar dan contoh kasus yang bermuatan masalah untuk selanjutnya dianalisis oleh penulis dan dituangkan kedalam bentuk tulisan. Model *example non example* merupakan penerapan gambar, sehingga mampu membuka pikiran dalam menulis teks iklan, oleh karena itu dalam pembelajaran iklan, seseorang menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis. Setelah mempelajari kaidah kebahasaan teks iklan, penulis dinyatakan menguasai materi jika mampu mencapai kompetensi dasar. Menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau

poster secara lisan dan tulis. Dalam hal ini ,peneliti ingin mengetahui sejauh mana kemampuan penulis saat menulis iklan. Dengan menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar.

Tujuan model *example non example* adalah agar penulis terinspirasi untuk menulis melalui contoh yang diberikan oleh penulis, sehingga diharapkan tidak akan kebingungan lagi dalam menuangkan gagasannya pada tulisan. Karen melalui contoh yang diberikan oleh penulis dalam menyampaikan materi dalam pembelajaran, mampu berfikir cepat dan mampu menuangkan ide-ide kreatifitas ke dalam bentuk tulisan. Penulis akan terbiasa menulis menggunakan tata bahasa yang baik sehingga nantinya tulisan akan dimengerti oleh orang lainya yang membacanya. Sehingga model *example non example* dipercaya dapat meningkatkan keterampilan dalam menulis karena model dalam pembelajaran ini dapat memanfaatkan suatu gambar sebagai media pengantar suatu pembelajaran. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merencanakan suatu penelitian pendidikan. Dalam hal ini, penulis mengangkat topik yang sesuai dengan kondisi yang dihadapi yaitu “Analisis Penerapan Model *Example Non Example* Dalam Pembelajaran Menulis Teks Iklan” untuk meningkatkan keterampilan menulis.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah, yakni sebagai berikut:

1. Rendahnya motivasi dalam menulis teks iklan
2. Kurang media pembelajaran untuk diterapkan dalam menguasai teks iklan

3. Kurangnya sumber belajar yang digunakan dalam menulis teks iklan
4. Kurangnya latihan menulis teks iklan
5. Kurangnya pemahaman tentang *example non example*

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut maka penelitian ini akan dibatasi pada faktor kurangnya pemahaman *example non example* dalam penulisan teks iklan. sehingga kurangnya respon dalam menulis teks iklan dengan judul “Analisis Penerapan Model *Example Non Example* Dalam Pembelajaran Menulis Teks Iklan”

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah tersebut yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana hasil analisis penerapan model *example non example* dalam pembelajaran menulis teks iklan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana hasil analisis penerapan model *example non example* dalam pembelajaran menulis teks iklan.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam hasil penelitian ini terdapat beberapa manfaat yang dapat digunakan untuk orang yang membutuhkan sebagai berikut:

a) Manfaat Teoritis

1. Dalam hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca
2. Dalam hasil penelitian ini pembaca diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam pembelajaran bahasa Indonesia.
3. Dalam hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk mengetahui bagaimana “Analisis Penerapan Model *Example Non Example* Dalam Pembelajaran Menulis Teks Iklan”

b) Manfaat Praktis

1. Bagi siswa

Informasi bagi siswa agar mengetahui menulis iklan sehingga siswa dapat meningkatkan hasil belajarnya serta menambah wawasan siswa.

2. Bagi guru

Informasi bagi guru untuk meningkatkan memberi masukan kepada guru dalam meningkatkan kemampuan menulis iklan pada siswa.

3. Bagi Penyelenggaran

Bagi penyelenggaran pendidikan , peneliti ini bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sekolah

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA KONSEPTUAL

2.1 Landasan Teori

Di dalam landasan teori ini akan dibahas beberapa teori yang merujuk pada penelitian menurut pendapat para ahli. Berikut akan dibahas satu persatu.

2.1.1 Pengertian Model Pembelajaran

Menurut Istarani (2012:1) “Model pembelajaran adalah seluruh rangkaian penyajian materi ajar yang meliputi segala aspek sebelum sedang dan sesudah pembelajaran yang dilakukan guru serta segala fasilitas yang terkait yang digunakan secara langsung atau tidak langsung dalam proses belajar mengajar.”

Menurut Kurniasih dan Berlin (2015:18) “Model Pembelajaran merupakan sebuah prosedur sistematis dalam mengorganisasikan pengalaman belajar untuk mencapai tujuan belajar. Selain itu, dapat juga diartikan suatu pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pembelajaran.”

Sedangkan menurut Suprijono dalam Rahmawati Rika (2016:7), Model pembelajaran mengacu pada pendekatan yang akan digunakan, termasuk di dalamnya tujuan-tujuan pembelajaran, tahapan-tahapan dalam kegiatan pembelajaran, lingkungan pembelajaran, dan pengolahan kelas.

Dari Pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa model pembelajaran adalah suatu penyajian pembelajaran yang dilakukan oleh guru untuk mencapai tujuan pembelajaran.

2.2.1 pengertian Model *Example Non Exampel*

Menurut Istarani (2012:9),

pembelajaran *example non example* yaitu suatu rangkaian penyampaian materi ajar kepada siswa dengan dengan menunjukkan gambar-gambar yang relevan yang telah dipersiapkan dan diberikan kesempatan kepada siswa untuk menganalisisnya bersama teman dan kelompok yang kemudian diminta hasil diskusi yang dilakukannya”.

Menurut Huda (2017:234),

“*Example Non – Example* merupakan strategi pembelajaran yang menggunakan gambar sebagai media untuk menyampaikan materi pelajaran. Strategi ini bertujuan mendorong siswa untuk belajar berpikir kritis dengan memecahkan permasalahan – permasalahan yang termuat dalam contoh-contoh gambar yang disajikan”.

Menurut Kurniasih dan berlina (2015:31), *Example Non Example* merupakan pembelajaran yang menggunakan media gambar sebagai media pembelajarannya. Model ini bertujuan untuk mendorong siswa agar belajar berfikir kritis dengan jalan memecahkan permasalahan yang terkandung dalam contoh-contohgambar yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.”

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa model *example non example* merupakan model pembelajaran yang lebih cocok dengan menunjukkan gambar-gambar yang relevan yang telah dipersiapkan dan diberikan kesempatan kepada siswa untuk menganalisisnya bersama teman dan kelompok. Dalam penerapan model bertujuan mendorong siswa untuk belajar berpikir kritis dengan memecahkan permasalahan–permasalahan yang termuat dalam contoh-contoh gambar yang disajikan.

2.2.2 Langkah – Langkah Model *Example Non Example*

Dalam pembelajaran bahasa Indonesia model *example non example* sangat diperlukan untuk mencapai suatu proses belajar dan mengajar di dalam kelas, maka dari itu adapun langkah-langkah model pembelajaran *example non example* Menurut Huda Miftahul (2017:235)

- a) Guru mempersiapkan gambar-gambar sesuai dengan tujuan pembelajaran.
- b) Guru menempelkan gambar di papan atau ditayangkan lewat OHP.
- c) Guru membentuk kelompok-kelompok yang masing-masing terdiri dari 2-3 siswa.
- d) Guru memberi petunjuk dan memberi kesempatan kepada setiap kelompok untuk memperhatikan dan/atau menganalisis gambar.
- e) Mencatat hasil diskusi dari analisis gambar pada kertas.
- f) Memberi kesempatan bagi tiap kelompok untuk memecahkan hasil diskusinya.
- g) Berdasarkan komentar atau hasil diskusi siswa, guru menjelaskan materi sesuai tujuan yang ingin dicapai.
- h) Penutup.

Sedangkan Menurut Istarani (2012:9) berpendapat bahwa langkah-langkah model *Example Non Example* sebagai berikut:

- a) Guru dapat menyiapkan gambar-gambar sesuai dengan tujuan pembelajaran.
- b) Guru menempelkan gambar di papan atau ditayangkan melalui OHP.
- c) Guru memberi petunjuk dan memberi kesempatan pada peserta didik untuk memperhatikan/menganalisis gambar.

- d) Melalui diskusi kelompok 2-3 orang peserta didik, hasil diskusi dari analisis gambar tersebut dicatat pada kertas.
- e) Tiap kelompok diberi kesempatan membacakan hasil diskusinya.
- f) Mulai dari komentar/ hasil diskusi peserta didik, guru mulai menjelaskan materi sesuai tujuan yang ingin dicapai.
- g) Kesimpulan.

Menurut Buehi (Huda, Miftahul 2017 :235) berpendapat bahwa langkah-langkah model model *Example Non Example* sebagai berikut:

- a) Menggunakan sebuah contoh untuk memperluas pemahaman sebuah konsep dengan lebih mendalam dan lebih kompleks
- b) Melakukan proses *discovery* (penemuan) yang mendorong mereka membangun konsep progresif melalui pengalaman langsung terhadap contoh-contoh yang mereka pelajari.
- c) Mengeksplorasi karakteristik dari suatu konsep dengan mempertimbangkan bagian non-example yang memungkinkan masih dimiliki karakteristik konsep yang telah dipaparkan pada bagian example.

Dari pendapat para ahli di atas,

Kesimpulan dari pendapat para ahli di atas pada model *example non example* adalah sebuah strategi pembelajaran yang memerlukan banyak contoh gambar untuk mencapai tujuan pembelajaran tersebut dan memperluas pemahaman sebuah konsep dalam pengembangan pembelajaran.

2.2.3 Kelebihan Model *Example Non Example*

Menurut Istarani (2012:10) menyatakan, model *example non example* memiliki kelebihan sebagai berikut:

- a) Pembelajaran lebih menarik, sebab gambar dapat meningkatkan perhatian anak untuk mengikuti proses belajar mengajar.
- b) Siswa lebih cepat menangkap materi saja karena guru menunjukkan gambar-gambar dari materi yang ada.
- c) Dapat meningkatkan daya nalar atau daya pikir siswa, sebab ia disuruh guru untuk menganalisis gambar yang ada.
- d) Dapat meningkatkan kerjasama antara siswa, sebab siswa diberikan kesempatan untuk berdiskusi dalam menganalisis gambar yang ada.
- e) Dapat meningkatkan tanggung jawab siswa, sebab guru mempertanyakan alasan siswa mengurutkan gambar.
- f) Pembelajaran lebih berkesan, sebab siswa dapat secara langsung mengamati gambar yang telah dipersiapkan oleh guru.

Sedangkan menurut Huda Miftaful (2017:236) mengatakan kelebihan dari model *Example Non Example* yaitu sebagai berikut:

- a) Siswa lebih kritis dalam menganalisis gambar.
- b) Siswa mengetahui aplikasi dari materi berupa contoh gambar.
- c) Siswa diberi kesempatan untuk mengemukakan pendapatnya.

Menurut Kurniasih Imash (2015:33) mengatakan kelebihan model *Example non Example* yaitu sebagai berikut.

- a) Siswa memiliki pemahaman dari sebuah defenisi dan selanjutnya digunakan untuk memeperluas pemahaman konsepnya dengan lebih mendalam dan lebih lengkap.
- b) Model ini mengantarkan siswa, agar terlibat dalam sebuah penemuan dan mendorong mereka untuk membangun konsep secara progresif melalui pengalaman dari gambar-gambar yang ada.
- c) Ketika model ini diberikan, maka siswa akan mendapatkan dua konsep sekaligus, karena ada dua gambar yang diberikan penulis. Dimana salah satu gambar sesuai materi yang dibahas dan gambar lainnya tidak.
- d) Model ini akan membuat siswa lebih kritis dalam menganalisis gambar
- e) Siswa mendapatkan pengetahuan yang aplikatif dari materi berupa contoh gambar.
- f) Dan yang lebih penting dari semua itu, siswa diberikan kesempatan untuk mengemukakan pendapatnya secara pribadi.

2.2.4 Kekurangan Model *Example Non Example*

Menurut Istarani (2012:10) menyatakan, model *example non example* memiliki kekurangan sebagai berikut:

1. Sulit menemukan gambar-gambar yang bagus dan berkualitas.
2. Sulit menemukan gambar yang sesuai dengan daya nalar atau kompetensi siswa yang telah dimilikinya.

3. Baik guru maupun siswa kurang terbiasa dalam menggunakan gambar sebagai bahan utamanya dalam membahas suatu materi pembelajaran.
4. Waktu yang tersedia adakalanya kurang efektif sebab seringkali dalam bentuk berdiskusi menggunakan waktu yang relatif cukup lama.
5. Tidak tersedianya dana husus untuk menemukan atau mengadakan gambar-gambar.

Sedangkan menurut Huda Miftaful (2017:236) mengatakan: Kelemahan dari model *Example Non Example* yaitu karena tidak semua materi pelajaran dapat disajikan dalam bentuk gambar, selain karena persiapannya yang terkadang membutuhkan waktu lama .

Menurut Kurniasih Imash (2015:33) mengatakan kelemahan model *Example dan Non Example* yaitu sebagai berikut.

- a) Kekurangan model pembelajaran ini adalah keterbatasan gambar untuk semua materi pembelajaran. Karena tidak semua materi dapat disajikan dalam bentuk gambar.
- b) Model ini tentu saja akan menghabiskan waktu yang akan lama, Apa lagi jika antusias siswa yang besar terhadap materi tersebut.

Menurut para ahli penulis dapat disimpulkan bahwa kelebihan dan kelemahan model *Example Non Example* dapat melatih siswa dengan menangkap materi yang diberikan dengan memberikan contoh-contoh gambar dan meningkatkan keaktifan siswa dalam menganalisis materi. Sedangkan kelemahan model ini yaitu tidak semua materi yang diberikan dalam bentuk gambar.

2.3. Konsep Menulis

Menulis merupakan empat keterampilan berbahasa yang mendasar (berbicara, mendengar, menulis dan membaca). Dalam menulis merupakan kunci utama demi mencapai kesuksesan dan mencapai predikat “Mampu menulis dengan baik dan benar” seseorang hanya mampu menciptakan tulisan yang baik jika dia rajin membaca karena dalam interaksi antara seorang pembaca dan bacaan terdapat model tulisan yang dijamin (atau sebaliknya) keterbacaanya.

Menurut Dalman (2015:7)” Menulis merupakan perubahan bentuk pikiran atau angan-angan atau perasaan dan sebagainya menjadi wujud lambang atau tanda atau tulisan yang bermakna. Sebagai proses, menulis melibatkan serangkaian kegiatan yang terdiri, atas tahap prapenulisan, penulisan, dan pascapenulisan.” Selanjutnya menurut Gie dalam Sarma & Pontas (2020:12) “Menulis adalah segenap rangkaian kegiatan seseorang mengungkapkan buah pikirannya melalui bahasa tulis untuk dibaca dan dimengerti oleh orang lain. Buah pikiran itu dapat berupa pengalaman, pendapat, pengetahuan, keinginan, perasaan sampai gejolak kalbu seseorang”.

Menurut Tarigan (dalam Ulwati Siti 2016:22) merupakan suatu keterampilan berbahasa yang dipergunakan untuk berkomunikasi secara tidak langsung, tidak secara tatap muka dengan orang lain. Menulis merupakan suatu kegiatan yang produktif dan ekspresif. Dalam kegiatan menulis ini, penulis haruslah terampil memanfaatkan grafologi, struktur bahasa dan kosa kata. Keterampilan menulis ini tidak datang secara otomatis tetapi harus melalui latihan dan praktik yang banyak dan teratur.

Kemudian Supriadi dan dkk (dalam Ulwati Siti 2016:22) mengemukakan bahwa: “Menulis sebagai proses kreatif dalam penyusunanya melalui beberapa

tahapan. Tahapannya berawal dari proses mengumpulkan informasi sehingga tercipta sebuah produk tulisan sesuai dengan sasaran dalam masyarakat. Pada prinsipnya, isi tulisan dan lambang grafik digunakan penulis harus benar-benar dipahami penulis dan pembacanya.”

Dapat disimpulkan dari pendapat para ahli di atas menulis merupakan alat komunikasi secara tidak langsung dan tidak secara tatap muka dengan orang lain , dengan menggunakan kegiatan memberikan informasi dalam bentuk tulisan yang disampaikan dan mengumpulkan informasi sehingga tercipta sebuah produk tulisan sesuai dengan sasaran dalam masyarakat.

2.3.1 Tujuan Menulis

Menulis sebagai alat komunikasi dalam menyampaikan pesan secara tidak langsung. Menulis sangat penting bagi pendidikan karena memudahkan para pelajar untuk berfikir. Berikut adalah beberapa tujuan menulis dari sudut pandang pemikiran pengarang menurut Tarigan (2008:22) ada lima tujuan menulis yaitu: (1) untuk menceritakan sesuatu; (2) untuk memberikan petunjuk atau pengarahan; (3) untuk menjelaskan sesuatu; (4) untuk meyakinkan; (5) untuk merangkum.

Tujuan menulis Menurut dalman (dalam Ulwati Siti 2016:24) adalah sebagai berikut:

a) Tujuan penugasan

Kegiatan menulis bagi para pelajar, menulis bertujuan untuk memenuhi tugas yang diberikan oleh guru atau sebuah lembaga. Bentuk tulisan ini biasanya berupa makalah, laporan ataupun karangan bebas.

b) Tujuan Estetis

Tujuan menulis bagi sastrawan, kegiatan menulis bertujuan untuk menciptakan sebuah keindahan (estetis) dalam sebuah puisi cerpen maupun novel.

c) Tujuan penerangan

Kegiatan menulis bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembaca. Dalam hal ini, penulis harus memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan pembaca berupa politik ekonomi, pendidikan, agama, sosial maupun budaya.

d) Tujuan pernyataan Diri.

Menulis dengan tujuan untuk menegaskan tentang apa yang telah diperbuat bentuk tulisan ini misalnya, surat perjanjian ataupun surat pernyataan.

e) Tujuan kreatif

Menulis dengan tujuan menonjolkan daya imajinasi secara maksimal ketika mengembangkan tulisan. Menulis dalam hal ini bertujuan untuk menyampaikan gagasan kreatif karya sastra.

f) Tujuan komsumtif

Penulis lebih mementingkan kepuasan pada diri pembaca dan berorientasi pada bisnis. Kegiatan menulis bertujuan untuk dijual dikonsumsi oleh para pembaca

Sedangkan menurut Hartik (dalam Ulwati Siti 2016:23) tujuan menulis adalah sebagai berikut :

a) *Assigmen Purpose* (tujuan Penugasan)

Tujuan penugasan ini sebenarnya tidak mempunyai tujuan sama sekali. Penulis menulis sesuatu karena ditugaskan, bukan atas kemauan sendiri.

b) *Altruistik purpose* (tujuan altruistik)

Penulis bertujuan untuk menyenangkan para pembaca, ingin menolong para pembaca memahami, menghargai perasaan, dan penalarannya, ingin membuat hidup para pembaca lebih mudah dan lebih menyenangkan dengan karyanya itu.

c) *Persuasif purpose* (tujuan persuasif)

Tulisan yang bertujuan meyakinkan para pembaca akan kebenaran gagasan yang akan diutarakan.

d) *Informational purpose* (tujuan informasional dan tulisan penerangan)

Tulisan yang bertujuan memberi informasi atau keterangan/ penerangan para pembaca.

e) *Self-ekspresive purpose* (tujuan pernyataan diri)

Tulisan yang bertujuan memperkenalkan atau menyatakan diri sang pengarang kepada para pembaca.

f) *Kretife purpose* (tujuan kreative)

Tujuan ini erat hubungan dengan tujuan pernyataan diri. Tetapi keinginan kreatif di sini melebihi pernyataan diri dan melibatkan dirinya dengan keinginan mencari norma artistik, atau seni yang ideal, seni idaman.

g) *Problem-solving purpose* (tujuan pemecahan masalah)

Dalam tujuan seperti ini penulis ingin memecahkan masalah yang dihadapi. Penulis ingin menjelaskan, menjernihkan, menjelajahi serta meneliti secara cermat pikiran-pikiran dan gagasan-gagagannya sendiri agar dapat dimengerti dan diterima oleh pembaca.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan menulis tidak hanya hiburan tetapi untuk mengembangkan hobi dalam menulis. Yang di mana diantaranya tujuannya adalah untuk saling melengkapi sehingga terciptalah sebuah karya yang dapat dinikmati oleh pembaca.

2.3.2 Manfaat Menulis

Menulis sebuah tulisan yang merupakan hasil pemikiran seseorang untuk dapat dikembangkan melalui tulisan, sehingga memiliki banyak manfaat yang dipetik dalam kehidupan yang terjadi. Menurut Dalman (2015:6) manfaat menulis yaitu; “(1) peningkatan kecerdasan; (2) pengembangan daya Inisiatif dan kreativitas; (3) penumbuhan keberanian; (4) pendongan kemampuan mengumpulkan informasi”

Sedangkan menurut Tarigan (2008:23) terdapat tiga manfaat menulis yaitu:

- a) *Manfaat dan tujuan sang penulis* (perubahan yang diharapkan akan terjadi pada diri pembaca);
- b) *Pembaca atau pemirsa* (apakah pembaca itu orangtua, kenalan, atau teman sang penulis);

- c) *Waktu atau kesempatan* (keadaan-keadaan yang melibatkan berlangsungnya suatu kejadian tertentu, waktu, tempat, dan situasi yang menuntut perhatian langsung, masalah yang memerlukan pemecahan, pertanyaan yang menuntut jawaban, dan sebagainya).

Menurut semi (2007:4) berpendapat bahwa, “ Manfaat menulis dapat menimbulkan rasa ingin tau (*curiosity*) sehingga melatih kepekaan dalam dan raalitas disikitar lingkungan. Sehingga itulah yang kadang tidak dapat dimiliki orang yang bukan penulis, sehingga seseorang penulis memeiliki rasa ingin tau dan melatih kepekaannya terhadap dilingkungan sekitar.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut disimpulkan bahwa manfaat menulis yaitu dapat mengembangkan potensi dan meningkatkan kecerdasan dalam menulis. Sehingga membentuk kekreativan seseorang dalam menulis yang baik dan benar.

2.3.3 Ciri-Ciri Tulisan yang Baik.

Agar tujuan penulis tercapai dan pembaca memberikan respon yang diberikan oleh penulis terhadap tulisanya maka penulis menyajikan tulisan yang baik Menurut Mc. Makar dan day (dalam Ambarwati 2011:13) adalah sebagai berikut;

- a) Jujur, tidak memalsukan ide
- b) Jelas, tidak membingungkan perkara
- c) Singkat, tidak memboroskan waktu peembaca
- d) Keanekaragaman panjang, kalimat yang beraneka ragam dan penuh kegembiraan antara satu dengan yang lain.

2.4. Pengertian Iklan

Menurut Kosasih (2013:260) “Iklan adalah sebagai pemberitahuan melalui media massa kepada khalayak ramai mengenai suatu barang dan jasa. Dalam bahasa Inggris iklan dikenal dengan *advertising* yang berasal dari bahasa latin *ad-vere* yang berarti menyampaikan pikiran dan gagasan kepada orang lain.

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (dalam Ambar Wati dewi 2011:31) iklan adalah (1) berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan (2) pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang dalam media massa (seperti surat kabar) dan majalah atau tempat umum.

Sedangkan Menurut Durianto (dalam Lukitaningsih Ambar 2013:119) Iklan adalah “semua bentuk aktivitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang, atau jasa secara nonpersonal yang dibayar oleh sponsor tertentu”.

Menurut Swasta (dalam Khusnaeni 2017:50) “ Iklan merupakan suatu alat membuka komunikasi dua arah antara penjual dengan pembeli, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi dengan cara efisien dan efektif”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan suatu alat komunikasi yang mempromosikan barang atau jasa untuk membuka komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli, sehingga penjual dan pembeli dapat terpenuhi dengan cara efisien dan efektif.

2.4.1. Syarat Bahasa Iklan

Menurut Sintia R Dilla 2017:mengemukakan adanya tiga syarat penyusunan Bahasa iklan yaitu sebagai berikut:

- a) Segi bahasa, yaitu bahasa yang digunakan dalam membuat iklan harus komunikatif, promotif, singkat, dan mudah dipahami.
- b) Segi estetika, yaitu keindahan perlu diperhatikan dalam pembuatan sebuah iklan untuk menarik perhatian pembaca. Segi estetika ini meliputi penggunaan warna dan gambar serta keseimbangan ilustrasi.
- c) Segi etika, yaitu etika merupakan kunci baik atau buruk nya sebuah iklan. Iklan hendaknya memperhatikan norma kesopanan dan tidak berbau pornografi.

2.4.2. Petunjuk Penulisan Iklan

Iklan yang baik dapat menampilkan suatu produk yang berbeda dengan prodek lain. Iklan yang baik membuat adanya pesan yang rasional oleh khalayak ramai. Selain itu iklan harus memperhatikan rumus sebagai problema, janji, dan bukti. Menurut Kosasih (2017:52) mengatakan beberapa langkah menulis iklan yaitu :

- a) Mulailah iklan dengan pernyataan yang menarik perhatian khalayak, yakni berfokus pada kepentingan atau masalah yang mereka hadapi.

Misalnya, jika kamu bermaksud menjual obat (jerawat), gunakanlah pernyataan seperti berikut, “wajah anda berjerawat?” jika akan menjual

produk pelangsing pernyataan pendahuluannya seperti berikut, “Anda ingin menurunkan berat badan?”

b) Menawarkan solusi.

Misalnya, untuk masalah jerawat, kamu dapat mengajukan kalimat tawaran seperti berikut: “Ramuan ‘jamu cantik’ mengurangi dan menyiapkan jerawat dalam waktu tiga puluh hari dan anda akan kembali tampil cantik”.

c) Menunjukkan bukti yang diperlukan khalayak sesungguhnya adalah bukti.

Dalam membuat iklan, kamu tidak boleh sekedar menyampaikan janji-janji. Agar mereka lebih yakin, tunjukkanlah bukti bahwa solusi kamu diberikan benar dan sesuai dengan harapan mereka.

d) Mengajukan harga, bagian terakhir adalah mengajukan harga yang kamu inginkan.

2.4.3. Unsur-Unsur Iklan

Struktur iklan menurut Kosasih 2017:31 yaitu sebagai berikut:

- a) mengutamakan kekuatan gambar dan kata-kata; dipajang di tempat-tempat umum. Iklan merupakan teks persuatif yang memadukan unsur gambar dengan kata-kata, unsur gerak, dan suara
- b) Slogan merupakan teks persuatif yang mengutamakan unsur kata-kata.
- c) Poster merupakan teks persuatif yang mengutamakan kekuatan gambar dan kata-kata; dipajang di tempat-tempat umum.

2.4.4. Struktur Kebahasaan Iklan

Menurut Kosasih (2013: 264) Secara umum terdapat unsur-unsur mendasar yang membentuk sebuah iklan.

- a) Judul dan sub judulnya
- b) Teks inti atau teks utama
- c) Kalimat dasar, yang umumnya dipergunakan untuk mengetengahkan slogan.
- d) Logo, atau nama perusahaan atau nama produk
- e) Foto produk, yang menunjukkan penampilan produk yang ditawarkan.

Menurut Rapp & Collins (dalam Agustin Yulia Dkk 2015: 57) mengatakan ada empat aspek struktur kebahasaan iklan yaitu sebagai berikut;

- a) Menggugah, bertumpu pada struktur penggunaan bahasa iklan pada papan reklame yang bersifat mencermati kebutuhan konsumen, memberikan solusi, dan memberikan perhatian
- b) Informatif, bertumpu pada stuktur penggunaan bahasa iklan pada papan reklame yang ditandai dengan penggunaan kata-kata yang lugas atau jelas, bersahabat, dan komunikatif. Bahasa yang digunakan tidak bertele-tele.
- c) Persuasif, bertumpu pada struktur penggunaan bahasa iklan pada papan reklame yang menyajikan rangkaian kalimat atau kata yang dapat membuat konsumen nyaman, senang, tentram, dan menghibur
- d) Bertenaga gerak bertumpu pada struktur penggunaan bahasa iklan pada papan reklame yang memiliki komposisi kata-kata yang mengisyaratkan untuk dilakukan dan dapat dimanfaatkan selama masa penawaran atau massa promosi berlangsung.

Dilihat dari struktur kebahasaan iklan di atas bahwa unsur kebahasaan iklan mampu membuat kata yang lugas dan jelas sehingga menyajikan rangkaian

kalimat atau kata yang dapat membuat konsumen nyaman, senang, tentram, dan menghibur.

2.4.5 Jenis- jenis Iklan

Menurut Kosasih (2013:267) terdapat beberapa jenis iklan yaitu:

a) Iklan Media Cetak

Yaitu penggunaan bahasa tertulis di dalam penyampaian pesan-pesannya. Di samping mengutamakan kejelasan dalam kata-katanya, iklan di media cetak mengandalkan desain grafis, seperti warna dan bentuk huruf, tata letak, serta gambar-gambar.

b) Iklan Elektronik

Iklan elektronik merupakan iklan yang berbasis perangkat elektronik yang mencakup beberapa macam, yaitu iklan radio, iklan televisi, iklan film.

Menurut Madjadikara (dalam Supratmi 2007;12) terdapat dua jenis iklan yaitu; “iklan media cetak dan iklan media elektronik

a) Iklan Media Cetak

Iklan jenis ini, antara lain, iklan yang dipasang di surat kabar, majalah, papan reklame, poster, spanduk, slogan. Madjadikara (2004;13) menambahkan brousur, pamflet, selebaran, leaflet, stiker, benda-benda promosi seperti poster ukuran kecil, gambar dengan teks singkat yang digantungkan atau (*haging mobil*) ke dalam iklan jenis ini. Iklan dalam media cetak menyajikan gambar-gambar yang atraktif dan menggunakan *headline* yang membujuk pembaca (konsumen) tentang berbagai produk

dan kegunaan atau manfaat yang dapat menarik minat pembaca (konsumen).

b) Iklan Media Elektronik

Iklan media elektronik terbagi dalam dua kelompok yakni, iklan yang hanya media yang dapat didengar seperti iklan di radio, dan iklan dalam media yang dapat didengar dan dilihat (*audio visual*) seperti iklan di televisi. Bentuk iklan media elektronik, antara lain, seperti *blok time (iklan gebyar BCA, Telkom Mania)*, *sponsor Sip Djarum Liga Italia, Inggris*), iklan promosi produk.

Menurut Liliveri (dalam Yusuf 2011:27) menyatakan dua jenis iklan yaitu sebagai berikut:

- a) “Iklan standart, yaitu iklan yang ditata secara khusus untuk memperkenalkan barang atau jasa pelayanan untuk konsumen melalui sebuah media, contoh iklan sabun mandi, dan iklan shampo.
- b) Iklan layanan masyarakat, yaitu iklan yang tidak mencari keuntungan akibat pemasanganya kepada khalayak. Contoh, iklan ajakan donor darah, bantuan kepada bencana alam, dan lain-lain.”

2.4.6. Karakteristik Bahasa Iklan

Sedangkan Hasanuddin (dalam Nursalim 2014:262) karakteristik bahasa iklan adalah sebagai berikut :

- a) Lugas, Tidak mendua arti

Bahasa yang digunakan dalam ragam periklanan harus memiliki sifat lugas atau bahasa yang mengandung makna sesuai dengan sasaran yang dihendaki. Hal ini bertujuan untuk menghilangkan salah tafsir dari pembaca

b) Sederhana, lazim, dan umum

Pembaca iklan berasal dari seluruh lapisan masyarakat. Bahasa yang digunakan di media cetak bersifat sederhana, lazim dan umum. Bahasa tersebut telah diketahui masyarakat dan penggunaan istilah bahasa di daerah yang dikunjungi agak dibatasi. Bila perlu menggunakan istilah yang belum lazim harus diberi penjelasan.

c) Singkat dan Padat

Bahasa yang digunakan adalah bahasa yang tidak bertele-tele mampu mengungkapkan buah pikiran secara singkat serta syarat informasinya. Namun, tidak berarti bahasa yang digunakan dipenggal tanpa di perhatikan kaidah bahasa. Penggunaan bahasa yang singkat dan padat harus memperhatikan pilihan kata sehingga sesuai dengan konteksnya.

d) Sistematis dalam penyajian

Bahasa yang digunakan dalam ragam periklanan harus disajikan secara sistematis agar terlihat urutan peristiwa yang logis.

e) Bahasa netral; tidak memihak

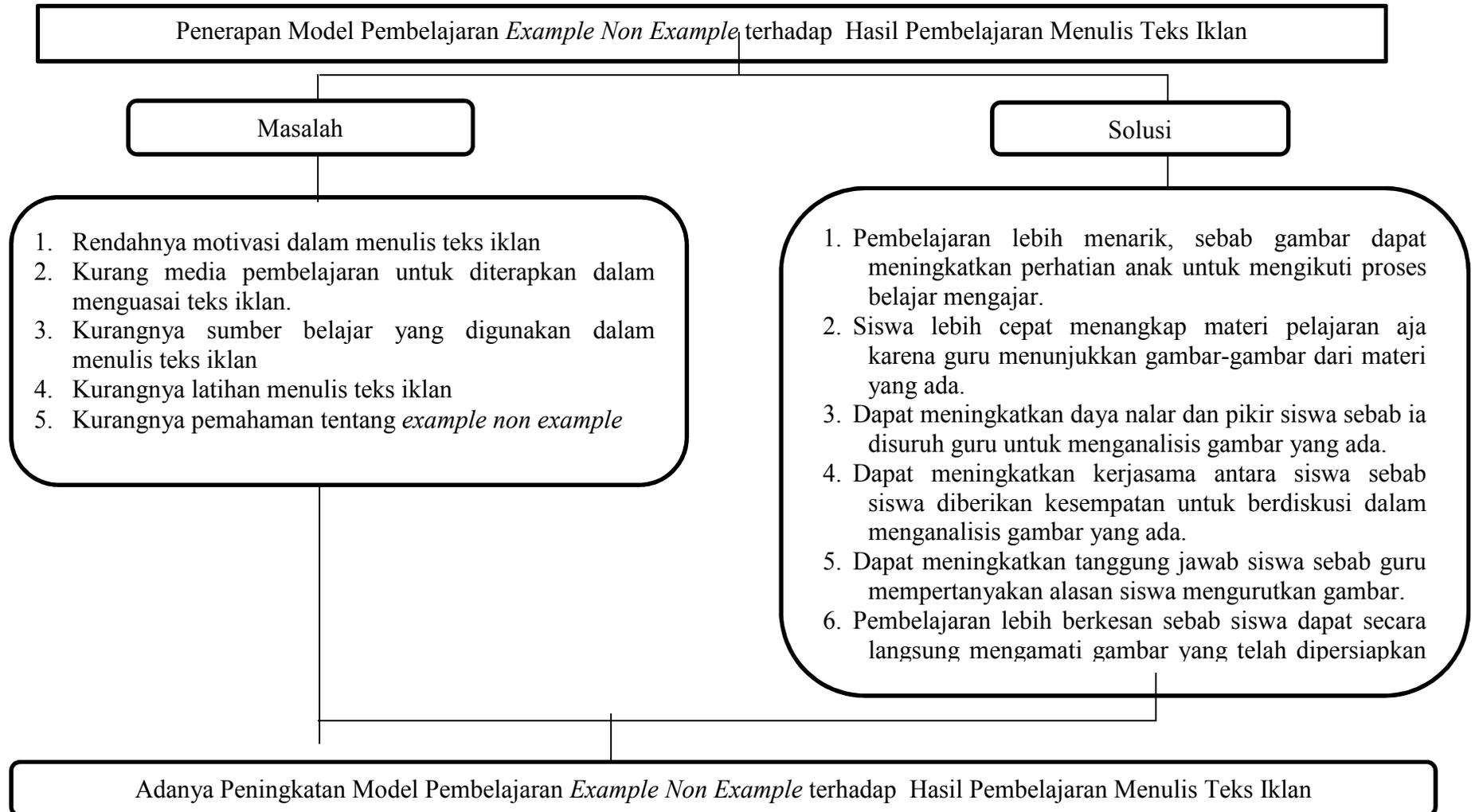
Bahasa yang netral merupakan bahasa yang sesuai untuk semua lapisan masyarakat. Bahasa tersebut tidak memiliki perbedaan berdasarkan tingkat kedudukan atau jabatan seseorang

f) Menarik

Bahasa yang menarik bertujuan agar informasi yang disajikan tidak kaku dan tidak mengurangi minat pembaca atau konsumen

Sehingga banyak kita jumpai bahasa yang digunakan dalam iklan itu semenarik mungkin untuk menarik perhatian para pendengar iklan, dan dengan kata-kata yang singkat. Padat dan jelas, masyarakat yang mebacanya dapat mengerti apa maksud dari iklan tersebut.

2.5. Kerangka Konseptual



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. Metode penelitian merupakan suatu cara atau prosedur yang dipergunakan untuk melakukan suatu penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. Bagaimana secara berurutan suatu penelitian dilakukan, yaitu dengan alat apa dan prosedur bagaimana suatu penelitian dilakukan maka yang dibicarakan adalah metode penelitian (Moh.Nazir, 2009:44). Metode yang digunakan pada penelitian ini yakni kepustakaan.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan yaitu deskripsi analisis berupa data tertulis dengan mendeskripsikan kembali data yang terkumpul dari objek penelitian. Pengumpulan data yang berkenaan dengan judul penelitian digunakan jenis metode pengumpulan data yaitu:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan, yang sering juga disebut tinjauan literatur. Penelitian Kepustakaan atau tinjauan literatur dilakukan pengidentifikasian, penjelasan, sumber, dan penguraian secara sistematis dari dokumen-dokumen yang mengandung informasi yang berkaitan dengan yaitu kajian dengan menelaah dan menelusuri literatur yang berkenaan dengan masalah yang di teliti baik berupa buku-buku, artikel-artikel, *website* dan

tulisan lain yang mengandung informasi dan data-data yang berkaitan dengan judul penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian kepustakaan atau tinjauan literatur dilakukan untuk memperoleh data tentang uraian yang sudah dikerjakan oleh peneliti-peneliti sebelumnya mengenai masalah yang diteliti. Penelitian kepustakaan atau tinjauan literatur ini bertujuan untuk memperluas wawasan tentang masalah penerapan model *Example Non Exampe* dalam pembelajaran materi menulis teks iklan .

3.3 Sumber Data

Pada dasarnya, penelitian membutuhkan dua jenis data, yaitu data sekunder dan data primer. Data primer bersumber dari deskripsi penyelidikan yang ditulis oleh orang yang melakukannya, dan data sekunder bersumber dari deskripsi penyelidikan yang ditulis oleh seseorang (bukan peneliti asli). Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini berupa buku, jurnal dan situs internet dan dokumen lainnya yang terkait dengan topic yang telah dipilih.

Sumber dari internet juga dapat digunakan tapi diusahakan seini mungkin serta berasal dari internet yang dikelola lembaga pendidikan yang bertanggung jawab dan otoritatif. Maka dengan ini penelitian memilih sumber data yaitu data sekunder. Data sekunder adalah merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data.

Sumber data ini terdapat 3 bagian yaitu:

1. Bibliografi Buku-buku teks
2. Buku-buku referensi (*reference books*)
3. Indeks jurnal ilmiah

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data digunakan peneliti untuk pemecahan masalah untuk diteliti dalam mengumpulkan data dan dapat menjawab permasalahan penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data berkaitan dengan alat atau instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data. Teknik penelitian mengatakan alat-alat pengukur apa yang diperlukan dalam melaksanakan suatu penelitian. (Moh. Nazir, 2009:44). Seperti sudah dijelaskan pada uraian terdahulu bahwa penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan maka jenis data yang akan diperoleh ada jenis data sekunder. Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur yang ada seperti buku-buku, dokumen-dokumen hasil penelitian.

Dalam pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara menelusuri dokumen penting yang berkaitan dengan fokus dalam penelitian. Dokumen yang akan menjadi sumber data yaitu skripsi yang membahas mengenai Analisis Penerapan Model *Example Non Example* Dalam Pembelajaran Menulis Teks Iklan, dan jurnal yang berkaitan dengan jurnal tersebut. Dengan demikian, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kepustakaan atau penelitian kepustakaan (*library research*) dengan menggunakan instrumen berupa kartu-kartu penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Proses analisis data mengandung tiga komponen utama yaitu sebagai berikut ini:

a. Reduksi Data

Pada tahap awal ini memilah hak-hal pokok, memfokuskan, dicari tema dan polanya, dan pentransformasian data mentah dalam catatan tertulis. Tujuan utamanya adalah temuan.

b. Penyajian Data

Setelah data-data tersebut dipilih dan diringkas tersebut. Maka peneliti akan meringkas dan menyusun data dalam bentuk gambaran atau uraian singkat agar dapat dimengerti, sehingga data dapat tersusun dengan relevan. Pada tahap ini data yang sudah direduksi kemudian didisplay hingga memberikan pemahaman agar bisa menentukan langkah selanjutnya yang akan dilakukan oleh seorang peneliti dalam proses penelitiannya.

c. Gambaran Kesimpulan (verifikasi)

Setelah dilakukan reduksi data dan penyajian data kemudian langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti pada tahap akhir ini dalam analisis data yang dilakukan melihat hasil reduksi data dan tetap mengaju pada rumusan masalah secara tujuan yang hendak dicapai. Dengan demikian untuk menarik kesimpulan, data yang telah disusun dibandingkan antara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan sebagai jawaban permasalahan

