JURNAL PENDIDIKAN INDONESIA
p-ISSN : 2745-7141 e-ISSN : 2746-1920
Jurnal Pendidikan Indonesia
Vol. 6 No 8. August 2025

Pengaruh Media Iklan Terhadap Keterampilan Menulis Karangan Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Strada Marga Mulia

Angel Cano Abigael Wohingati, Yayan Sudrajat, Chadis
Universitas Indraprasta PGRI, Indonesia
Email: Angelcano883@gmail.com, kang.iyan76@gmail.com, Ignasiuschadis@gmail.com

INFO ARTIKEL

Kata kunci:
Media Iklan, Keterampilan Menulis, Karangan Persuasi.

ABSTRAK

Terdapat empat aspek dalam berbahasa, yaitu mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis. Keterampilan dalam berbahasa ini perlu ditingkatkan, salah satunya melalui menulis. Menulis memungkinkan siswa untuk menuangkan perasaan dan pemikirannya dalam bentuk tulisan. Kegiatan menulis ini cukup kompleks karena melibatkan berbagai aspek yang harus diterapkan secara bersamaan. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui pengaruh media iklan; (2) Mengetahui keterampilan menulis karangan persuasi siswa; 3) Mengetahui pengaruh media iklan terhadap keterampilan menulis karangan persuasi siswa. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 120 siswa. Teknik pengumpulan data menggunakan tes, kemudian dianalisis menggunakan statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Artinya, terdapat hubungan yang signifikan antara Pengaruh Media Iklan terhadap Keterampilan Menulis Karangan Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Strada Marga Mulia. Hal ini berdasarkan pengujian hipotesis pada taraf signifikasi 5% diperoleh thitung > ttabel (1,82 > 1,65) maka, penulis menyimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima. Hipotesis teruji kebenarannya dan secara signifikan diterima.

Keywords:
Advertising Media, Writing Skills, Persuasive Essays.

Abstract

There are four aspects of language skills: listening, speaking, reading, and writing. These language skills need to be developed, one of which is writing. Writing helps students express their feelings and thoughts in written form. It is a complex activity because it involves several aspects that must be applied simultaneously. This study aims to: (1) Determine the influence of advertising media; (2) Determine students' persuasive writing skills; 3) Determine the influence of advertising media on students' persuasive writing skills. The type of research used in this study is quantitative research. The sample used was 120 students. The data collection technique used a test then analyzed using statistics. The results of the study indicate that the alternative hypothesis proposed in this study can be accepted. This means that there is a significant relationship between the Influence of Advertising Media on the Persuasive Writing Skills of Class VIII Students of SMP Strada Marga Mulia. This is based on hypothesis testing at a significance level of 5% obtained tcount> ttable (1.82> 1.65) then, the author concludes that H0 is rejected and H1 is accepted. The hypothesis is proven to be true and significantly accepted.

PENDAHULUAN

Aspek dalam berbahasa mencakup empat keterampilan utama, yaitu mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis (Tarigan, 2015; Brown, 2015). Keterampilan tersebut perlu dikembangkan secara seimbang, salah satunya melalui

pembelajaran menulis. Menulis membantu siswa dalam mengekspresikan perasaan dan pemikiran ke dalam bentuk tulisan yang terstruktur (Harmer, 2015; Nunan, 2018). Kegiatan menulis merupakan aktivitas yang kompleks karena melibatkan berbagai aspek kebahasaan yang diterapkan secara bersamaan, seperti penguasaan kosakata, tata bahasa, dan struktur kalimat (Hyland, 2019; Richards & Renandya, 2020). Salah satu kemampuan penting dalam menulis adalah menyusun pemikiran dan perasaan menggunakan kata-kata yang tepat dalam kalimat yang benar serta mengorganisasikannya ke dalam paragraf yang padu. Kegiatan ini sering dikenal sebagai mengarang, yang menjadi bagian integral dalam pengembangan keterampilan berbahasa siswa (Nation, 2020).

Salah satu jenis teks yang harus dikuasai siswa SMP adalah menulis karangan persuasi yang bertujuan untuk memengaruhi pembaca agar menerima pandanfan atau melakukan Tindakan tertentu. Menulis karangan persuasi bukan hal yang mudah menurut beberapa siswa SMP.

Menurut Finoza (2008) karangan persuasi adalah karangan yang bertujuan membuat pembaca percaya, yakin, dan terbujuk akan hal-hal yang dikomunikasikan. Karangan tersebut dapat didukung oleh beberapa fakta, sehingga pernyataan dari penulis dapat memengaruhi pembacanya. Sehingga pembaca menjadi tertarik dan percaya pada karangan persuasi yang sudah dibaca.

Karangan persuasif memiliki ciri-ciri yaitu (1) memengaruhi pembaca, pendengar, (2) menggunakan pilihan kata yang menarik, (3) menggunakan bahasa yang santun, singkat, padat, jelas, (4) menggunakan kata ajakan, larangan, dan peringatan. Menurut Keraf (2007).

Karangan persuasi merupakan salah satu keterampilan menulis yang harus dikuasai oleh siswa kelas VIII, karena berfungsi melatih kemampuan menyampaikan ide secara meyakinkan kepada pembaca (Alwasilah, 2018; Santosa, 2020). Namun, berdasarkan temuan di SMP Strada Marga Mulia melalui wawancara dengan guru Bahasa Indonesia, Bapak Ronaldus Mulyawardana Handayana, S.Pd, masih banyak siswa yang mengalami kesulitan dalam membuat dan mengembangkan tulisan karangan persuasi. Kesulitan ini dapat disebabkan oleh kurangnya penguasaan teknik penyusunan argumen yang logis dan penggunaan bahasa yang persuasif (Hidayati & Kurniawan, 2019; Sari & Nurhadi, 2021). Selain itu, rendahnya minat membaca dan terbatasnya wawasan topik yang dimiliki siswa turut memengaruhi kualitas karangan persuasi yang dihasilkan (Putri & Sudirman, 2022).

Karangan persuasi bisa diwujudkan dalam bentuk iklan. Menurut Liiweri Kosasih, (2014) mendefinisikan iklan sebagai suatu proses komunikasi untuk membantu menjual barang, memberi layanan, serta menyampaikan gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi persuasif. Iklan berisi informasi persuasi yang membujuk pembaca atau pendengarnya agar mau membeli atau menggunakan produk serta jasa yang ditawarkan (Itasari, 2024; Rahmah & Martutik, 2020).

Salah satu cara memanfaatkan media iklan, diajukan sebagai media pembelajaran dalam membuat karangan persuasi. Karena seorang guru diharapkan lebih bervariatif dalam mencari media pembelajaran untuk keterampilan menulis karangan persuasi. Media iklan dapat digunakan sebagai alternatif media pembelajaran.

Menurut (Kustandi & Darmawan, 2020) perkembangan media pembelajaran menuntut agar guru atau pengajar mampu menggunakan alat-alat yang disediakan oleh

sekolah, dan tidak menutup kemungkinan bahwa alat-alat tersebut sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman. Media pembelajaran dapat membantu proses belajar siswa yang diharapkan. Maka dapat dipertimbangkan jika media iklan digunakan sebagai media pembelajaran dalam materi iklan, slogan, dan poster. Oleh karena itu, media iklan dirasa relevan oleh penulis dalam mengembangkan imajinasi ide kreatif siswa SMP Strada Marga Mulia.

Media iklan (*Pocari Sweat-Bintang SMA*) yang akan digunakan oleh penulis. Penulis mengharapkan siswa dapat mengarang, menyampaikan informasi, ide gagasan yang menarik secara lugas sehingga tujuan menyampaikan pesan, informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada pemirsa. Penulis menggunakan media iklan yang berisi tentang kesehatan oleh karena itu, penulis memilih iklan air isotonic bermerek *Pocari Sweat.*

Berdasarkan uraian di atas, penulis merangkum beberapa penelitian sebelumnya. Menurut Afifah (2022), penggunaan media iklan sangat berpengaruh pada Kemampuan Menulis Teks Persuasif oleh Siswa Kelas VIII MTs Muhammadiyah 22 Padangsidimpuan. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian serupa yaitu Pengaruh Media Iklan terhadap Keterampilan Menulis Karangan Persuasi pada jenjang SMP untuk mendapatkan data secara mutlak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan guru mata Pelajaran Bahasa Indonesia yaitu Bapak Ronaldus Mulyawardana Handayana, S.Pd. siswa kelas VIII SMP Strada Marga Mulia kurang menyukai materi menulis karangan persuasi. Siswa merasa kesulitan mengenai materi yang berkaitan dengan karangan persuasi seperti, membuat iklan, slogan, poster.

Hal ini dibuktikan berdasarkan data nilai pengetahuan siswa yang berkaitan dengan materi menulis karangan persuasi menunjukkan hasil yang kurang memuaskan. Mayoritas siswa masih memperoleh nilai dibawah Kriteria Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (KKTP), yaitu 75. Hal ini ditunjukkan data nilai pengetahuan dari 30 siswa hanya 11 siswa saja yang mendapatkan nilai di atas Kriteria Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (KKTP), sedangkan sisanya 19 siswa nilainya dibawah Kriteria Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (KKTP).

Penelitian Afifah (2022) meneliti penggunaan media iklan dalam meningkatkan kemampuan menulis teks persuasif pada siswa kelas VIII MTs Muhammadiyah 22 Padangsidimpuan, yang menunjukkan bahwa media iklan memiliki pengaruh signifikan terhadap keterampilan menulis persuasi. Meskipun demikian, penelitian ini terbatas pada satu institusi dan hanya berfokus pada teks persuasif tanpa mengeksplorasi secara mendalam variasi media iklan yang dapat mempengaruhi keterampilan menulis. Penelitian ini mengisi gap tersebut dengan mengembangkan ide yang sama pada tingkat SMP dan memperluas jenis media iklan yang digunakan, dengan harapan dapat menggeneralisasi hasil penelitian untuk meningkatkan keterampilan menulis karangan persuasi melalui media iklan pada siswa SMP. Penelitian Kustandi & Darmawan (2020) juga mengemukakan bahwa penggunaan media pembelajaran yang relevan dengan perkembangan zaman dapat mendukung proses belajar siswa, namun penelitian tersebut tidak secara spesifik membahas bagaimana media iklan dapat digunakan untuk meningkatkan keterampilan menulis persuasif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh media iklan terhadap keterampilan menulis karangan persuasi siswa kelas VIII SMP Strada Marga Mulia.

Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai efektivitas media iklan dalam pembelajaran menulis persuasi, serta memberikan rekomendasi bagi pengembangan metode pengajaran yang lebih kreatif dan efektif di sekolah. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kemampuan menulis karangan persuasi siswa melalui pendekatan media yang relevan dan menarik, yang pada gilirannya dapat memperbaiki hasil pembelajaran dan pemahaman siswa terhadap materi menulis karangan persuasi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian eksperimen. Metode yang akan dilaksanakan pada pelaksanaan pelajaran Bahasa Indonesia dengan menggunakan media iklan terhadap keterampilan menulis karangan persuasi siswa pada kelas eksperimen kemudian dibandingkan dengan kelas kontrol yang tidak menggunakan media iklan terhadap keterampilan menulis karangan persuasi siswa.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas VIII Sekolah Menengah Pertama Strada Marga Mulia di Kota Jakarta Selatan. Objek penelitiannya adalah kelas VIIIA, VIIIB, VIIIC dan VIIID yang berjumlah 120 siswa.

Sampel yang diambil dari populasi penelitian yaitu siswa kelas VIIIA, dan VIIIB sebagai kelas kontrol serta kelas VIIIC, dan VIIID sebagai kelas eksperimen. Kelas tersebut merupakan sampel yang ditentukan oleh peneliti karena kriteria-kriteria tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah siswa kelas VIIIA, dan VIIIB berjumlah 60 siswa. Kelas VIIIC, dan VIIID berjumlah 60 siswa.

Instrumen penelitian media iklan yang digunakan berupa iklan Pocari Sweat-Bintang SMA. Media iklan dapat dipraktikkan sesuai mata pelajaran yang membutuhkan media sebagai gambaran untuk menyampaikan informasi dan konsep kepada siswa agar tercapainya tujuan pembelajaran. Keterampilan menulis karangan persuasi adalah nilai yang diperoleh siswa dari tes keterampilan menulis karangan persuasi dengan indikator pengenalan isu, rangkaian argumen, pernyataan ajakan, dan penegasan kembali. Berdasarkan teori tersebut, penulis menggunakan sebagai dasar indikator penilaian dalam penelitian menulis karangan persuasi. Uji Normalitas pada penelitian ini adalah uji normalitas parametrik dengan menggunakan uji Liliefors. Uji tersebut digunakan sebagai pembuktian data berdistribusi normal. Uji homogenitas data digunakan untuk membuktikan apakah seluruh data bersifat homogen atau tidak. Hasil pengujian homogenitas dilakukan dengan uji-fisher.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Distribusi data hasil penelitian kelas eksperimen

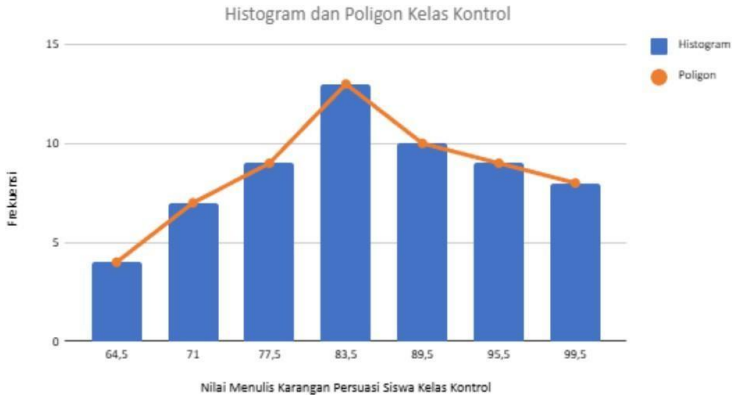
No	Nilai	fi	Xi	fi.Xi	Xi2	f.Xi2
1	62 – 67	1	64.5	64.5	4160.25	4160.25
2	68 – 74	4	71	284	5041	20164
3	75 – 80	8	77.5	620	6006.25	48050
4	81 – 86	11	83.5	918.5	6972.25	76694.75
5	87 – 92	16	89.5	1432	8010.25	128164

No	Nilai	fi	Xi	fi.Xi	Xi2	f.Xi2
6	93 – 98	12	95.5	1146	9120.25	109443
7	99 - 100	8	99.5	796	9900.25	79202
Total	60		5261		465878	

Gambar 1. Histogram dan Poligon Nilai Menulis Karangan Persuasi Siswa Kelas Eksperimen

Tabel 2. Distribusi data hasil penelitian kelas control

No	Nilai	fi	Xi	fi.Xi	Xi2	f.Xi2
1	56 - 62	4	64.5	258	4160.25	16641
2	63 - 69	7	71	497	5041	35287
3	70 - 76	9	77.5	697.5	6006.25	54056.25
4	77 - 83	13	83.5	1085.5	6972.25	90639.25
5	84 - 90	10	89.5	895	8010.25	80102.5
6	91 - 97	9	95.5	859.5	9120.25	82082.25
7	98 - 100	8	99.5	796	9900.25	79202
	Total	60		5088.5		438010.25



Gambar 2. Histogram dan Poligon Nilai Menulis Karangan Persuasi Siswa Kelas Kontrol

Uji Normalitas Data

Tabel 3. Deskripsi data uji normalitas kelas eksperimen

No.	Skor (Xi)	Z Skor (Zi)	f (Zi)	S(Zi)	f(Zi) - S(Zi)
1	62	-2,8657	0.0021	0.0167	0.0146
2	68	-2,2010	0.0139	0.05	0.0361
3	68	-2,2010	0.0139	0.05	0.0361
4	72	-1,7578	0.0394	0.0667	0.0273
5	74	-1,5363	0.0622	0.0833	0.0211
6	76	-1,3147	0.0943	0.1333	0.0390
7	76	-1,3147	0.0943	0.1333	0.0390
8	76	-1,3147	0.0943	0.1333	0.0390
9	78	-1,0931	0.1372	0.1833	0.0462
10	78	-1,0931	0.1372	0.1833	0.0462
11	78	-1,0931	0.1372	0.1833	0.0462
12	80	-0,8715	0.1917	0.2167	0.0249
13	80	-0,8715	0.1917	0.2167	0.0249
14	82	-0,6500	0.2579	0.2667	0.0088
15	82	-0,6500	0.2579	0.2667	0.0088
16	82	-0,6500	0.2579	0.2667	0.0088
17	84	-0,4284	0.3342	0.3333	0.0009
18	84	-0,4284	0.3342	0.3333	0.0009
19	84	-0,4284	0.3342	0.3333	0.0009
20	84	-0,4284	0.3342	0.3333	0.0009
21	86	-0,2068	0.4181	0.4	0.0181
22	86	-0,2068	0.4181	0.4	0.0181
23	86	-0,2068	0.4181	0.4	0.0181
24	86	-0,2068	0.4181	0.4	0.0181
25	88	0,0148	0.5059	0.4667	0.0392
26	88	0,0148	0.5059	0.4667	0.0392
27	88	0,0148	0.5059	0.4667	0.0392
28	88	0,0148	0.5059	0.4667	0.0392
29	90	0,2363	0.5934	0.5667	0.0268
30	90	0,2363	0.5934	0.5667	0.0268
31	90	0,2363	0.5934	0.5667	0.0268
32	90	0,2363	0.5934	0.5667	0.0268
33	90	0,2363	0.5934	0.5667	0.0268
34	90	0,2363	0.5934	0.5667	0.0268
35	92	0,4579	0.6765	0.6667	0.0098
36	92	0,4579	0.6765	0.6667	0.0098
37	92	0,4579	0.6765	0.6667	0.0098
38	92	0,4579	0.6765	0.6667	0.0098
39	92	0,4579	0.6765	0.6667	0.0098
40	92	0,4579	0.6765	0.6667	0.0098
41	94	0,6795	0.7516	0.8333	0.0817
42	94	0,6795	0.7516	0.8333	0.0817
43	94	0,6795	0.7516	0.8333	0.0817
44	94	0,6795	0.7516	0.8333	0.0817
45	94	0,6795	0.7516	0.8333	0.0817
46	94	0,6795	0.7516	0.8333	0.0817
47	94	0,6795	0.7516	0.8333	0.0817
48	94	0,6795	0.7516	0.8333	0.0817
49	94	0,6795	0.7516	0.8333	0.0817
50	94	0,6795	0.7516	0.8333	0.0817
51	98	1,1226	0.8692	0.8667	0.0025
52	98	1,1226	0.8692	0.8667	0.0025

No.	Skor (Xi)	Z Skor (Zi)	f (Zi)	S(Zi)	f(Zi) - S(Zi)
53	100	1,3442	0.9106	1	0.0894
54	100	1,3442	0.9106	1	0.0894
55	100	1,3442	0.9106	1	0.0894
56	100	1,3442	0.9106	1	0.0894
57	100	1,3442	0.9106	1	0.0894
58	100	1,3442	0.9106	1	0.0894
59	100	1,3442	0.9106	1	0.0894
60	100	1,3442	0.9106	1	0.0894
$\bar{x}$	87,8				
S	9,03				

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa nilai harga mutlak yang paling besar yaitu 0,0894. Peneliti mengetahui nilai kritis L untuk sampel (n) = 60 dan α= 0,05 adalah 0,1143, yang lebih besar dari Lo = 0,0894 sehingga hipotesis Ho diterima. Hal ini berarti data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Tabel 4. Deskripsi data uji normalitas kelas kontrol

No.	Skor	Z Skor (Zi)	F(Zi)	S(Zi)	F(Zi) - S(Zi)
1	56	-2.0771	0.0189	0.0167	0.0022
2	56	3.6590	0.0189	0.0333	0.0144
3	56	4.6590	0.0189	0.0667	0.0478
4	56	4.6590	0.0189	0.0667	0.0478
5	64	5.3246	0.0790	0.1333	0.0543
6	64	5.3246	0.0790	0.1333	0.0543
7	64	5.3246	0.0790	0.1333	0.0543
8	64	5.3246	0.0790	0.1333	0.0543
9	68	5.6574	0.1403	0.1833	0.0430
10	68	5.6574	0.1403	0.1833	0.0430
11	68	5.6574	0.1403	0.1833	0.0430
12	70	5.8238	0.1808	0.2167	0.0359
13	70	5.8238	0.1808	0.2167	0.0359
14	72	5.9902	0.2278	0.2667	0.0388
15	72	5.9902	0.2278	0.2667	0.0388
16	72	5.9902	0.2278	0.2667	0.0388
17	74	6.1566	0.2811	0.2833	0.0022
18	76	6.3229	0.3397	0.3333	0.0064
19	76	6.3229	0.3397	0.3333	0.0064
20	76	6.3229	0.3397	0.3333	0.0064
21	78	6.4893	0.4025	0.3833	0.0192
22	78	6.4893	0.4025	0.3833	0.0192
23	78	6.4893	0.4025	0.3833	0.0192
24	80	6.6557	0.4680	0.4333	0.0346
25	80	6.6557	0.4680	0.4333	0.0346
26	80	6.6557	0.4680	0.4333	0.0346
27	82	6.8221	0.5343	0.55	0.0157
28	82	6.8221	0.5343	0.55	0.0157
29	82	6.8221	0.5343	0.55	0.0157
30	82	6.8221	0.5343	0.55	0.0157
31	82	6.8221	0.5343	0.55	0.0157
32	82	6.8221	0.5343	0.55	0.0157
33	82	6.8221	0.5343	0.55	0.0157
34	84	6.9885	0.5996	0.6	0.0004

No.	Skor	Z Skor (Zi)	F(Zi)	S(Zi)	F(Zi) - S(Zi)
35	84	6.9885	0.5996	0.6	0.0004
36	84	6.9885	0.5996	0.6	0.0004
37	86	7.1549	0.6623	0.65	0.0123
38	86	7.1549	0.6623	0.65	0.0123
39	86	7.1549	0.6623	0.65	0.0123
40	88	7.3213	0.7208	0.7167	0.0041
41	88	7.3213	0.7208	0.7167	0.0041
42	88	7.3213	0.7208	0.7167	0.0041
43	88	7.3213	0.7208	0.7167	0.0041
44	90	7.4877	0.7738	0.85	0.0762
45	90	7.4877	0.7738	0.85	0.0762
46	90	7.4877	0.7738	0.85	0.0762
47	90	7.4877	0.7738	0.85	0.0762
48	90	7.4877	0.7738	0.85	0.0762
49	90	7.4877	0.7738	0.85	0.0762
50	90	7.4877	0.7738	0.85	0.0762
51	90	7.4877	0.7738	0.85	0.0762
52	94	7.8205	0.8609	0.8667	0.0058
53	98	8.1533	0.9218	0.9333	0.0116
54	98	8.1533	0.9218	0.9333	0.0116
55	98	8.1533	0.9218	0.9333	0.0116
56	98	8.1533	0.9218	0.9333	0.0116
57	100	8.3197	0.9433	1	0.0567
58	100	8.3197	0.9433	1	0.0567
59	100	8.3197	0.9433	1	0.0567
60	100	8.3197	0.9433	1	0.0567
$\bar{x}$			80,9		
S			12,1		

Uji Homogenitas

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa nilai harga mutlak yang paling besar yaitu 0,0567. Diketahui nilai kritis L untuk sampel (n) = 60 dan α= 0,05 adalah 0,1143, yang lebih besar dari Lo = 0,0567 sehingga hipotesis Ho diterima. Hal ini berarti data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Uji homogenitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat kesamaan (homogen) atau ketidaksamaan varians populasi. Apabila ada kesamaan varians, maka dapat dikatakan bahwa populasi berasal dari varians yang homogen atau sebaliknya. Uji homogenitas menggunakan uji Fisher (Uji F). Menentukan nilai Fhitung yaitu,

F= Varian terbesarVarian terkecil
= 144,4781,47
= 1,77

Hasil analisis homogenitas dengan menggunakan taraf signifikansi α= 0,05 diperoleh bahwa harga Fhitung = 1,77 lebih besar dari harga Ftabel = 1,534. Berdasarkan hasil hitungan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa data penelitian tersebut memiliki variansi yang tidak sama atau data tidak homogen.

Uji Hipotesis Penelitian

Teknik analisis uji hipotesis penelitian menggunakan uji rata-rata sebagai berikut: Membuat tabel rangkuman distribusi frekuensi

Tabel 5. Deskripsi data rangkuman distribusi frekuensi

kelompok	Eksperimen	Kontrol
Rata-Rata	87,6	84,8
Varians	76,3	107,72

Kriteria uji
Rata-rata 87,6 84,8
Varians 76,3 107,72

Jika thitung > ttabel maka disimpulkan terdapat Pengaruh Media Iklan terhadap Keterampilan Menulis Karangan Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Strada Marga Mulia. Jika thitung < ttabel maka disimpulkan tidak terdapat Pengaruh Media Iklan terhadap Keterampilan Menulis Karangan Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Strada Marga Mulia. Menentukan nilai ttabel distribusi t untuk α=0,05 dan dk = n1 + n2 – 2 = 118 diperoleh nilai ttabel 1,657. Karena thitung > ttabel maka disimpulkan terdapat Pengaruh Media Iklan terhadap Keterampilan Menulis Karangan Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Strada Marga Mulia.

KESIMPULAN

Peneliti menyimpulkan secara singkat hasil penelitian yang diperoleh di lapangan. Penulis mengadakan penelitian dan menganalisis data, mengenai Pengaruh Media Iklan terhadap Keterampilan Menulis Karangan Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Strada Marga Mulia. Hal ini didasarkan pada pengujian hipotesis pada taraf signifikansi 5% diperoleh thitung > ttabel (1,82 > 1,65) maka penulis menyimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima. Hipotesis teruji kebenarannya dan secara signifikan diterima. Berdasarkan simpulan, penulis membuktikan bahwa terdapat Pengaruh Media Iklan terhadap Keterampilan Menulis Karangan Persuasi Siswa Kelas VIII SMP Strada Marga Mulia. Siswa yang menggunakan media iklan memiliki rata-rata nilai kemampuan menulis lebih tinggi sebesar 87,6, dibandingkan dengan siswa yang menggunakan metode konvensional sebesar 84,8.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah. (2022). *Kesesuaian latihan menulis dalam modul membaca dan menulis*. Program Studi Pendidikan Bahasa Mandarin, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Alwasilah, A. C. (2018). *Pengajaran bahasa komunikatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Brown, H. D. (2015). *Teaching by principles: An interactive approach to language pedagogy* (4th ed.). Pearson Education.

Finoza, L. (2008). *Komposisi bahasa Indonesia*. Diksi.

Harmer, J. (2015). *The practice of English language teaching* (5th ed.). Pearson Education Limited.

Hidayati, N., & Kurniawan, E. (2019). Peningkatan keterampilan menulis karangan persuasi melalui model pembelajaran kooperatif tipe STAD. *Bahastra, 39*(1), 15–24. https://doi.org/10.26555/bahastra.v39i1.12453

Hyland, K. (2019). *Second language writing* (2nd ed.). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781316681585

Itasari, A. A. (2024). *Pengantar Komunikasi Persuasif*. UnisriPress.

Keraf, G. (2007). *Argumentasi dan narasi*. Gramedia.

Kosasih, E. (2014). *Strategi belajar dan pembelajaran*. Yrama Widya.

Kosasih, E. (2017). *Bahasa Indonesia SMP/MTs kelas VIII*. Pusat Penerbitan dan Pembukuan.

Nation, I. S. P. (2020). *Teaching ESL/EFL reading and writing* (2nd ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429243569

Nunan, D. (2018). *Teaching English to speakers of other languages: An introduction*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315833541

Putri, A. M., & Sudirman. (2022). Pengaruh minat membaca terhadap keterampilan menulis karangan persuasi siswa SMP. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 7*(2), 101–110. https://doi.org/10.32682/jpbsi.v7i2.2667

Rahmah, H., & Martutik, M. (2020). Persuasi dalam iklan produk di televisi. *Basindo*, *4*(2), 309–320.

Richards, J. C., & Renandya, W. A. (2020). *Methodology in language teaching: An anthology of current practice*. Cambridge University Press.

Santosa, P. (2020). Strategi pembelajaran menulis kreatif untuk meningkatkan keterampilan menulis persuasi. *Jurnal Pendidikan Bahasa, 9*(1), 56–65. https://doi.org/10.31571/bahasa.v9i1.1830

Sari, W. P., & Nurhadi, D. (2021). Analisis kesalahan menulis karangan persuasi pada siswa SMP. *Jurnal Gramatika, 7*(2), 215–224. https://doi.org/10.31813/gramatika.v7i2.1095

Tarigan, H. G. (2015). *Menulis sebagai suatu keterampilan berbahasa*. Angkasa.

© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).