

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Kajian Teori

1. Kedudukan Pembelajaran Menelaah Pola Penyajian dan Kebahasan Teks Ikan, Slogan atau Poster dengan Menggunakan Metode *Think Piar and Share* di Kelas VIII SMP Muhammadiyah 8 Bandung Tahun Pelajaran 2017/2018 Berdasarkan Kurikulum 2013

Dewasa ini banyak terjadi perubahan yang mendasar, salah satunya perubahan dalam dunia pendidikan. terjadinya perubahan dalam dunia pendidikan dilihat dari permasalahan utama yang pemecahannya harus diutamakan. Permasalahan tersebut berkaitan dengan meningkatnya kualitas pendidikan, peningkatan efisiensi pengelolaan pendidikan, peningkatan relevansi pendidikan, sarana serta prasana dalam pendidikan, dan pendidikan karakter.

Dalam sistem pendidikan di Indonesia sering sekali mengalami perubahan dari masa ke masa yang disesuaikan dengan pertumbuhan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Salah satu perubahan sistem pendidikan di Indonesia yaitu perubahan kurikulum.

Menurut Tim Depdiknas (2006, hlm. 3), “Kurikulum adalah seperangkat rencana dan pengaturan mengenai tujuan, isi dan bahan pelajaran serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu”. Kurikulum dilahirkan agar dunia pendidikan mampu mengarahkan proses dan hasil kegiatan pembelajaran yang jauh lebih baik.

Kurikulum di Indonesia mengalami beberapa kali perubahan, Perubahan kurikulum yang baru terjadi di Indonesia yaitu perubahan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) menjadi Kurikulum 2013. Kurikulum 2013 atau yang sering disebut dengan kurikulum berbasis karakter merupakan kurikulum baru yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) Republik Indonesia yang mengutamakan pada kemampuan pemahaman, *skill*, dan pendidikan yang menuntut peserta didik untuk mengidentifikasi materi pembe-

lajaran, aktif dalam proses berdiskusi dan presentasi, serta memiliki sikap sopan, santun, dan sikap disiplin yang tinggi. Hal tersebut dikemukakan oleh Majid (2014, hlm. 63) sebagai berikut.

Pengembangan Kurikulum 2013 berupaya untuk menghadapi berbagai masalah dan tantangan masa depan yang semakin lama semakin rumit. Untuk menghadapi tantangan itu, kurikulum harus mampu membekali peserta didik dengan berbagai kompetensi. Kompetensi global antara lain, kemampuan berkomunikasi, kemampuan berpikir jernih dan kritis, kemampuan mempertimbangkan segi moral suatu permasalahan, kemampuan menjadi warga negara yang baik, kemampuan untuk toleransi, kemampuan hidup dalam masyarakat global, memiliki kesiapan untuk bekerja, memiliki kecerdasan sesuai dengan minat serta bakat, dan memiliki rasa tanggung jawab.

Pendidikan karakter dalam Kurikulum 2013 bertujuan untuk meningkatkan kegiatan proses pembelajaran dan hasil kegiatan pembelajaran yang mengarah pada pembentukan budi pekerti yang berakhlak mulia, sopan, santun, bertanggung jawab, peduli dan responsif. Senada dengan uraian-uraian tersebut Mulyasa (2013, hlm. 22) mengemukakan Kurikulum 2013 sebagai berikut.

1. Pengetahuan

Nilai dari aspek pengetahuan ditekankan pada tingkat pemahaman peserta didik dalam hal pelajaran yang bisa diperoleh dari ulangan harian, ulangan tengah atau akhir semester, dan ulangan kenaikan kelas. Pada Kurikulum 2013, aspek pengetahuan bukanlah aspek utama seperti pada kurikulum-kurikulum yang dilaksanakan sebelumnya.

2. Keterampilan

Keterampilan adalah aspek baru yang dimasukkan kedalam kurikulum di Indonesia. Keterampilan merupakan upaya penekanan pada bidang *skill* atau kemampuan. Misalnya kemampuan untuk mengemukakan opini pendapat, berdiskusi, membuat laporan dan melakukan presentasi. Aspek keterampilan merupakan aspek yang cukup penting karena jika hanya dengan pemahaman, maka peserta didik tidak dapat menyalurkan pengetahuan yang dimiliki dan hanya menjadi teori semata.

3. Sikap

Aspek sikap merupakan aspek tersulit untuk dilakukan penilaian. Sikap meliputi sopan santun, adab dalam belajar, sosial, daftar hadir, dan keagamaan. Kesulitan dalam penilaian sikap banyak disebabkan karena guru tidak mampu setiap saat mengawasi peserta didiknya sehingga penilaian yang dilakukan tidak begitu efektif.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa kurikulum merupakan bagian dari strategi yang diadakan oleh pemerintah untuk meningkatkan pencapaian pendidikan dan kedudukan pembelajaran, khususnya

pembelajaran menelaah pola penyajian dan pembahasan teks ikan, slogan atau poster yang terdapat dalam Kurikulum 2013 merupakan salah satu kompetensi yang dituntut dalam kompetensi dasar. Kurikulum 2013 mewajibkan guru untuk menginformasikan kompetensi inti, kompetensi dasar, dan tujuan pembelajaran. Pembelajaran mengidentifikasi informasi penting yang ada dalam proposal kegiatan/penelitian diarahkan agar peserta didik lebih terampil dalam membaca.

a. Kompetensi Inti

Kompetensi inti merupakan istilah yang dipakai dalam Kurikulum 2013 kedudukannya sama dengan kurikulum 2013 dan Standar Kompetensi pada kurikulum terdahulu, yaitu Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP). Kompetensi inti menekankan kompetensi-kompetensi yang harus dihasilkan menjadi saling berkaitan atau terjalannya hubungan antar kompetensi guna mencapai hasil yang diinginkan. Kompetensi inti merupakan perubahan istilah dari Standar Kompetensi dalam Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) dan Kurikulum 2013 ke dalam Kurikulum 2013.

Hal tersebut dikemukakan oleh Majid (2014, hlm. 50), “Kompetensi inti merupakan terjemahan atau operasionalisasi SKL dalam bentuk kualitas yang harus dimiliki mereka yang telah menyelesaikan pendidikan pada satuan pendidikan tertentu atau jenjang pendidikan tertentu gambaran mengenai kompetensi utama yang dikelompokkan ke dalam aspek sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang harus dipelajari setiap peserta didik.”

Kompetensi inti adalah bebas dari mata pelajaran karena tidak mewakili mata pelajaran tertentu. Kompetensi inti merupakan kebutuhan kompetensi peserta didik melalui proses pembelajaran yang tepat menjadi kompetensi inti. Kompetensi inti merupakan operasionalisasi Standar Kompetensi Lulusan dalam bentuk kualitas yang harus dimiliki oleh peserta didik yang telah menyelesaikan pendidikan pada satuan pendidikan tertentu, yang menggambarkan kompetensi utama yang dikelompokkan ke dalam aspek sikap, keterampilan, dan pengetahuan yang harus dipelajari peserta didik untuk suatu jenjang sekolah, kelas dan mata pelajaran. Kompetensi inti harus menggambarkan kualitas yang seimbang antara pencapaian *hard skills* dan *soft skills*.

Kompetensi inti dirancang dalam empat kelompok yang saling terkait yaitu berkenaan dengan sikap keagamaan yang terdapat dalam kompetensi inti (1) sikap sosial yang terdapat dalam kompetensi inti; (2) pengetahuan yang terdapat dalam kompetensi inti; (3) dan penerapan pengetahuan yang terdapat dalam kompetensi; (4) Keempat kelompok itu menjadi acuan dari kompetensi dasar dan harus dikembangkan dalam setiap peristiwa pembelajaran secara integratif.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa kompetensi inti merupakan terjemahan atau operasionalisasi SKL dalam bentuk kualitas yang harus dimiliki mereka yang telah menyelesaikan pendidikan pada satuan pendidikan tertentu atau jenjang pendidikan tertentu, gambaran mengenai kompetensi utama yang dikelompokkan ke dalam aspek sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang harus dipelajari peserta didik untuk suatu jenjang sekolah, kelas dan mata pelajaran. Rumusan kompetensi inti sebagai berikut.

1. Kompetensi Inti-1 (KI-1) untuk kompetensi inti sikap spiritual.
2. Kompetensi Inti-2 (KI-2) untuk kompetensi inti sikap sosial.
3. Kompetensi Inti-3 (KI-3) untuk kompetensi inti pengetahuan.
4. Kompetensi Inti-4 (KI-4) untuk kompetensi inti keterampilan.

Keempat kompetensi tersebut menjadi acuan dari kompetensi dasar dan harus dikembangkan dalam setiap peristiwa pembelajaran secara integratif. Setiap jenjang pendidikan memiliki empat kompetensi inti sesuai dengan paparan peraturan pemerintah. Kompetensi inti berfungsi sebagai unsur pengorganisasi (*organising element*) kompetensi dasar. Sebagai unsur pengorganisasi, kompetensi inti merupakan pengikat untuk organisasi vertikal dan organisasi horizontal kompetensi dasar.

b. Kompetensi Dasar

Kompetensi dasar merupakan acuan untuk mengembangkan materi pokok, kegiatan pembelajaran, dan standar kompetensi lulusan untuk penilaian. Kompetensi dasar dirumuskan untuk mencapai kompetensi inti. Rumusan kompetensi dasar dikembangkan dengan memerhatikan karakteristik peserta didik, kemampuan awal, serta ciri dari suatu mata pelajaran.

Majid (2014, hlm. 57) mengatakan, “Kompetensi dasar berisi tentang konten-konten atau kompetensi yang terdiri dari sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang bersumber pada kompetensi inti yang harus dikuasai peserta didik”. Kompetensi dasar akan memastikan hasil pembelajaran tidak berhenti sampai pengetahuan saja, melainkan harus berlanjut kepada keterampilan serta bermuara kepada sikap.

Mulyasa (2013, hlm. 109) mengemukakan, “Rumusan kompetensi dasar dikembangkan dengan memerhatikan karakteristik siswa, kemampuan awal serta ciri dari suatu mata pelajaran”. Kompetensi dasar merupakan gambaran umum tentang apa yang dapat dilakukan peserta didik dan rincian yang lebih terurai tentang apa yang diharapkan dari peserta didik yang digambarkan dalam indikator hasil belajar.

Berdasarkan beberapa para ahli, penulis menyimpulkan bahwa kompetensi dasar merupakan suatu kemampuan atau keterampilan yang harus dimiliki peserta didik tidak hanya memberikan pengetahuan saja melainkan mengembangkan keterampilan yang dimiliki peserta didik. Kompetensi dasar merupakan gambaran umum tentang apa saja yang dapat dilakukan peserta didik dan rincian yang lebih terurai tentang apa yang diharapkan oleh peserta didik dalam indikator hasil belajar. Kompetensi dasar dirumuskan untuk mencapai kompetensi inti yang dikembangkan dengan memerhatikan karakteristik peserta didik, kemampuan awal, serta ciri dari suatu mata pelajaran. Kompetensi dasar dalam pembelajaran pembelajaran menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan atau poster menggunakan metode *think pair and share* pada siswa kelas VIII SMP Muhammadiyah 8 Bandung yaitu:

3.4 Menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar.

c. Alokasi Waktu

Alokasi waktu merupakan perkiraan waktu yang direncanakan akan dipakai pada saat kegiatan belajar mengajar. Dalam menentukan alokasi waktu perlu diperhatikan juga tentang kemampuan siswa untuk memahami dan mendala-

mi kesulitan materi. Banyaknya materi, penggunaan jam saat dilaksanakan dan seberapa pentingnya materi tersebut juga harus dipertimbangkan. Ketepatan mengalokasikan waktu dapat memengaruhi keberhasilan dalam proses belajar.

Menurut Mulyasa (2013, hlm. 86), “Alokasi waktu merupakan jumlah jam pembelajaran setiap minggu, meliputi jumlah jam pelajaran untuk seluruh mata pelajaran termasuk muatan lokal, ditambah jumlah jam untuk kegiatan pengembangan diri. Alokasi waktu harus diukur dengan bijaksana”.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa alokasi waktu merupakan perkiraan berapa lama atau berapa kali tatap muka saat proses pembelajaran antara pendidik dan peserta didik. Alokasi waktu menuntun pendidik dalam menyampaikan materi pembelajaran dikelas sehingga kegiatan selama proses pembelajaran lebih terarah, lebih inovatif dan tersusun baik. Dengan memerhatikan alokasi waktu pada saat proses pembelajaran, pendidik dapat membuat kegiatan pembelajaran lebih menyenangkan dan menambah motivasi belajar peserta didik.

2. Menelaah Pola Penyajian dan Kebahasan Teks Iklan atau Poster

a. Pengertian Menelaah

Menelaah dalam KBBI adalah suatu proses menyelidiki; mempelajari; mengkaji; memeriksa suatu karya tertentu. Sementara menurut Wahono (2013, hlm. 166) dalam proses penyuntingan harus ada menelaah dan merevisi. Menelaah artinya membaca dan mengkaji dengan saksama. Adapun merevisi artinya kita memperbaiki yang salah berdasarkan telaah sebelumnya.

Dari pendapat Wahono tersebut, terdapat korelasi antara kegiatan menelaah dan merevisi dengan proses penyuntingan. Kegiatan menelaah dan merevisi harus ada dalam proses penyuntingan. Untuk lebih jelasnya berikut ini dipaparkan pendapat para ahli mengenai hakikat menyunting.

Rivai (2001, hlm.86) mendefinisikan “penyunting adalah orang yang mengatur, memperbaiki, merevisi, mengubah isi, dan gaya naskah orang lain, serta menyesuaikannya dengan suatu pola yang dibakukan untuk kemudian membawanya ke depan umum dalam bentuk terbitan”. Berdasarkan definisi tersebut, maka diketahui bahwa menyunting adalah kegiatan mengatur, 45

memperbaiki, merevisi, mengubah isi, dan gaya naskah orang lain, serta menyesuaikannya dengan suatu pola yang dibakukan untuk kemudian membawanya ke depan umum dalam bentuk terbitan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan menelaah teks iklan merupakan proses untuk memperbaiki tulisan dengan memperhatikan isi, struktur, dan kaidah bahasa meliputi ejaan, diksi, keefektifan kalimat, dan keterpaduan dalam sebuah teks iklan sehingga menjadi teks iklan yang baik dan benar

b. Pola Penyajian dan kebahasaan

Pola penyajian dan kebahasaan merupakan proses atau cara menampilkan dalam menyampaikan suatu pesan dalam sebuah karya.

c. Pengertian Teks Iklan, Slogan atau Poster

Kosasih (2016, hlm. 260) mengatakan, "teks iklan yaitu jenis teks yang mengomunikasikan suatu pesan, gagasan, ataupun pemikiran kepada orang lain dan cenderung bersifat persuasif". Berdasarkan uraian tersebut teks iklan adalah suatu uraian dari sebuah tulisan yang bertujuan untuk mengajak seseorang agar membeli produk barang atau jasa yang ditawarkan suatu produsen.

Kosasih (2016, hlm. 260) mengatakan, "iklan sebagai suatu proses komunikasi untuk membantu menjual barang, memberi layanan, serta menyampaikan gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk persuasif". Berdasarkan apa yang telah disampaikan Kosasih iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk menawarkan dan menyampaikan ide atau gagasan melalui media tayangan televisi, radio, surat kabar dan poster. Iklan disampaikan dengan menggunakan kalimat persuasif yang bertujuan untuk mengajak orang untuk membeli barang dan jasa atau untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang disam-paikan.

Kotler dalam buku Kosasih (2016, hlm. 260) menyatakan, "iklan sebagai semua bentuk penyajian nonpersonal, promosi, ide-ide, promosi produk barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu". Artinya dalam menyampaikan pesan tersebut, komunikator secara khusus melakukannya dengan cara membayar kepada pemilik media atau membayar orang yang mengupayakannya.

Berdasarkan pendapat dari para ahli diatas dapat disimpulkan iklan merupakan suatu proses mengomunikasikan ide-ide atau gagasan untuk memengaruhi atau menarik minat orang agar membeli barang dan jasa atau berpartisipasi dalam kegiatan tertentu yang disampaikan dengan menggunakan kalimat persuasif atau mengajak. Iklan biasanya disampaikan melalui media cetak dan tayangan misalnya, radio,televisei, koran ,majalah dan poster. Agar sebuah iklan dapat disampaikan ke media masa, pihak sponsor hendaknya membayar pada pihak media agar iklan dapat disampaikan dan pesan bisa diterima dengan mudah oleh para pembaca iklan tersebut.

d. Struktur Teks Iklan

Secara umum terdapat unsur-unsur mendasar yang membentuk sebuah iklan diantaranya.

1. Judul dan Subjudul
Misalnya: “ Teh Kembang ABG”
2. Teks Inti atau Teks Utama
Misalnya:“Temukan kesejukan dan kenikmatan rasa teh krisan eh kembang ABG”.
3. Kalimat dasar, yang umumnya digunakan untuk mementingkan slogan.
Misalnya: “...Kesejukan dan kenikmatan teh krisan alami”.
4. Logo, nama produk atau nama perusahaan
Misalnya :”ABG”.
5. Foto produk, yang menunjukkan penampilan produk yang ditawarkan.

e. Kaidah Kebahasaan Teks Iklan

Sebagai penggugah, bahasa iklan harus memberikan kesadaran baru pada khalayak berkaitan dengan barang/jasa yang ditawarkan. Oleh karena itulah kata-kata yang muncul umumnya bersifat persuasif, bujukan atau dorongan tentang suatu kebiasaan ataupun gaya hidup. Misalnya: “*Temukan Kesejukan Dan Kenikmatan Rasa Teh Krisan Alami Pada Teh Kembang ABG*”. Pernyataan tersebut bersifat imperatif, yakni berupa perintah baik itu berupa permintaan, ajakan, dorongan, ataupun larangan. Adapun kalimat imperatif itu ditandai oleh

kata-kata seperti *temukan*. Kata lainnya adalah *ikutilah, padukan, wujudkan, nyatakan, nikmati, sebaiknya, marilah, ayo, janganlah*.

Mengandung daya tarik, bahasa iklan sering menggunakan bahasa yang sederhana, mudah di ingat dan mudah dipahami. Oleh karena itu kalimat yang panjang dan berbelit-belit selalu dihindari dalam iklan. Kemudahan pemahaman bahasa iklan ditunjang oleh ketepatan penggunaan ejaan dan tanda baca. Penulisan kata atau kalimat yang sembarangan tentu saja akan mengganggu pemahaman pembaca. Disamping itu menunjukkan rendahnya pengetahuan berbahasa penulisnya. Hal itu tentu saja akan mengganggu citra baik dari produk yang ditawarkannya.

Menyampaikan informasi, khalayak menuntut gambaran jelas tentang barang/jasa yang ditawarkan untuk mengetahui keunggulannya. Misalnya : *“Minuman teh kembang krisan terbukti menurunkan demam dan panas dalam. Teh kembang ABG terbuat dari bahan-bahan alami pilihan tanpa bahan pengawet. Rasanya nikmat dan menyejukan tenggorokan. Di proses secara higienis sehingga produk yang dihasilkan bermutu tinggi, terjaga kemurnian rasa dan khasiatnya sehingga baik untuk seluruh keluarga”*.

f. Unsur Pembangun Teks Iklan

Menurut Kosasih (2016, hlm.265), iklan dapat diidentifikasi berdasarkan unsur-unsurnya, yaitu sebagai berikut:

1. Sumber (*source*), adalah pemasangan iklan yang berinisiatif dan penyandang dana dari pemasangan suatu iklan.
2. Pesan (*message*), adalah informasi yang disampaikan. Wujudnya bisa berupapesan verbal dan pesan nonverbal.
3. Media (*chanel*), adalah sarana yang digunakan. Misalnya, media cetak, elektronik, dan sarana-sarana lainnya.
4. Sasaran (*target*), adalah individu atau kelompok masyarakat yang menjadi sarana iklan. Pada pihak yang menjadi sarana iklan diharapkan terjadi perubahan pola pikir (*state of mind*) sesuai dengan yang diharapkan.

5. Efek (*effect*), adalah perubahan yang terjadi pada pihak yang menjadi sasaran iklan baik itu dalam aspek sikap, pola pikir, perilaku, kebiasaan, pola hidup, dan sebagainya.
6. Umpan balik, yaitu sebuah tanggapan, reaksi atau respon yang dikehendaki oleh si penerima pesan. Misalnya, kemauan untuk segera membeli produk yang ditawarkan, kesediaan berkorban untuk negara, kesadaran untuk bekerjasama dalam perbedaan suku.
7. Konteks, merupakan waktu, situasi, atau keadaan lingkungan yang terjadi, melatarbelakangi penyampaian pesan itu. Misalnya, kontek perayaan hari besar keagamaan, waktu menjelang, masuk sekolah, kebersamaan dengan keluarga.

g. Pengertian Poster

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Poster adalah pelakat yang dipasang di tempat umum (berupa pengumuman atau iklan). Poster merupakan salah satu metode secara deskriptif maupun persuasif untuk mengajak maupun memberitahukan pada pembaca tentang barang maupun jasa yang ditawarkan.

Poster menggunakan kalimat persuasif yang mendorong pembaca terpengaruh dengan maksud yang dikehendaki dalam poster tersebut. Bahasa yang ditampilkan tidak boleh menyinggung perasaan pembaca.

h. Kaidah kebahasaan poster

1. Poster merupakan salah satu jenis iklan yang mengunggulkan dalam penggunaan kata-kata untuk menarik pembaca. Kata-kata menjadi kekuatan utama dalam poster. Kata-kata yang disampaikan dalam poster perlu disampaikan secara sederhana.
2. Penulisan kata dalam poster, tidak boleh berbelit-belit. Hal ini dapat memicu pembaca mengalami kebingungan, ketika membaca informasi dalam poster apabila menggunakan bahasa yang berbelit-belit.
3. Poster memberikan penekanan pada perpaduan antara gambar iklan dengan kalimat maupun kata-kata. Pada umumnya, poster dipasang di tempat-tempat umum, yang letaknya strategis. Mengapa demikian?

4. Sebab agar mudah dilihat orang, sehingga orang lain paham yang diinformasikan dalam poster tersebut. Kalimat yang dituliskan di poster harus singkat dan jelas. Selain jelas dan singkat, harus menggunakan kata-kata yang sugestif dan mudah diingat oleh pembaca.
5. Kalimat persuasif mendorong pembaca agar terpengaruh dengan maksud yang kehendaki dalam poster tersebut. Selanjutnya, bahasa yang ditampilkan tidak boleh menyinggung perasaan pembaca.
6. setelah membaca pembahasan di atas dapat diketahui bahwa dalam pembuatan poster, bahasa yang digunakan sesederhana mungkin. Penulis tidak boleh berbelit-belit, harus singkat dan mudah dipahami. Lalu unsur-unsur apa saja yang terkandung dalam poster? Silahkan diperhatikan pembahasan di bawah ini.

i. Unsur-Unsur Poster

Membuat poster akan tidak lengkap rasanya tanpa mengetahui unsur-unsur apa saja yang harus terkandung dalam poster. Tujuannya adalah agar barang maupun jasa yang ditampilkan dalam poster dapat dipahami oleh pembaca. Dan pembaca memperoleh gambaran yang jelas tentang barang maupun jasa tersebut. Unsur-unsur poster yaitu sebagai berikut.

- a. Harus ada pokok yang ditawarkan, baik barang maupun jasa.
- b. Memiliki sasaran yang jelas tentang produk dan jasa yang ditawarkan. Sasaran dapat diajukan pada anak-anak, remaja, dewasa, maupun tua.
- c. Harus ada yang bertanggung jawab terhadap poster yang ditampilkan.
- d. Bahasa yang digunakan dalam poster harus menarik dan jelas. Warna dan pemilihan jenis huruf yang digunakan dalam poster perlu diperhatikan, sebab menjadi salah satu daya tarik bagi pembaca. Selain itu, hal yang harus diperhatikan yang lain, yaitu cara meletakkan tulisan dalam poster.
- e. Memiliki batasan waktu, agar pembaca dapat mengetahui kapan pembaca tersebut dapat memperoleh barang atau jasa di poster tersebut.
- f. Memiliki slogan produk untuk menarik pembaca dan sebagai jaminan yang diperoleh konsumen, jika membeli maupun memanfaatkan barang atau jasa di poster tersebut.

- g. Perlu adanya logo dan nama perusahaan, sehingga jelas, siapa yang menghasilkan produk barang maupun jasa tersebut dan dapat meningkatkan kepercayaan pembaca.
- h. Foto-foto dari produk, baik barang maupun jasa, harus ditampilkan dalam poster. Tujuannya untuk menunjukkan penampilan produk yang ditawarkan.

Poster yang ditampilkan dalam radio maupun televisi, perlu ditampilkan dialog dan gerakan hidup atau dinamakan dengan animasi. Untuk menambah daya tarik perlu ditambahkan juga dengan musik. Pengaruh yang diberikan poster, bergantung pada kondisi yang berada disekitar poster. Dalam artian kondisi pembaca poster tersebut disebarkan.

j. Jenis-jenis poster

Ada beberapa jenis poster yang dibedakan berdasarkan informasi yang disampaikan dalam poster tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Poster kegiatan

Poster ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang suatu kegiatan, yang biasanya dimuat tentang nama acara, lokasi dan waktu. Sehingga orang-orang dapat hadir untuk melihat acara tersebut.

2. Poster layanan masyarakat

Poster ini berisi tentang sosialisasi dari program-program baru yang dibuat oleh pemerintah terhadap masyarakat.

3. Poster pendidikan

Poster ini berisi tentang berbagai hal yang berkaitan dengan pendidikan, ataralain sosialisasi program dan ajakan untuk giat belajar.

4. Poster niaga

Berisi tentang produk yang ditawarkan pada masyarakat dan banyak digunakan oleh produsen untuk mengenalkan produk yang dijualnya pada masyarakat umum dalam rangka meningkatkan penjualan.

3. Model *Think Pair and Share*

a. Pengertian *Think, Pair and Share*

Think Pair and Share merupakan salah satu pembelajaran kooperatif yang dikembangkan oleh Frank Ryman, dkk dari universitas maryland pada tahun 1985 sebagai salah satu struktur kegiatan *kooperatif learning*. *Think pare and share* memberikan waktu kepada siswa untuk berpikir dan merespon serta saling membantu satu sama lain. *Think pair and share* memberi siswa kesempatan untuk bekerja sendiri serta bekerjasama dengan orang lain. Keunggulan lain dari model ini ialah optimalisasi partisipasi siswa.

Forgati dan Robin (1996, hlm. 110) menyatakan bahwa teknik belajar mengajar *think pare and share* mempunyai beberapa keuntungan sebagai berikut:

- a. Mudah dilaksanakan dalam kelas yang besar.
- b. Memberikan waktu kepada siswa untuk merefleksikan isi materi pelajaran.
- c. Memberikan waktu kepada siswa untuk melatih mengeluarkan pendapat sebelum berbagi dengan kelompok kecil atau kelas secara keseluruhan.

b. Langkah-langkah model pembelajaran Kooperatif *Think Pair and Share*

Langkah-langkah model pembelajaran *think pair and share* terdiri dari lima langkah, dengan tiga langkah utama sebagai ciri khas yaitu, *think*, *pair* dan *share*. Kelima tahapan dalam model pembelajaran kooperatif think pair and share dapat dilihat pada tabel berikut:

Langkah-langkah	Kegiatan Pembelajaran
Tahap 1 Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> a. Guru Menjelaskan aturan main dan batasan waktu untuk tiap kegiatan, memotivasi siswa terlibat dalam aktifitas pemecahan masalah. b. Guru menjelaskan kompetensi yang harus dicapai oleh siswa.
Tahap 2 Think	<ol style="list-style-type: none"> a. Guru menggali pengetahuan awal siswa melalui kegiatan demons-trasi. b. Guru memberikan lembar kerja siswa (LKS) kepada seluruh siswa.

	c. Siswa mengerjakan LKS secara individu.
Tahap 3 Pair	a. Siswa dikelompokkan dengan teman sebangkunya. b. Siswa berdiskusi dengan pasangannya mengenai jawaban tugas yang telah dikerjakan.
Tahap 4 Share	a. Sepasang siswa dipanggil secara acak untuk berbagi pendapat kepada seluruh siswa di kelas dengan dipandu oleh guru.
Tahap 5 Penghargaan	a. Siswa dinilai secara individu dan kelompok.

B. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

Hasil penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang menjelaskan hal yang telah dilakukan peneliti lain. Kemudian dikomperasi oleh temuan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan yang peneliti ajukan, peneliti menemukan judul yang sama pada penelitian terdahulu yang pertama yaitu hasil peneliti yang dilakukan oleh Fitria Halim mahasiswa Program Pendidikan Sastra Cina angkatan tahun 2009 dengan judul “Analisis Struktur dan Makna Teks Iklan Pada Brosur Kursus Bahasa Mandarin”.

Tabel 2.1

Tabel Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Peneliti	Judul Peneitian	Hasil Penelitian
1.	Fitria Halim 090710001	Analisis Struktur dan Makna Teks Iklan Pada Brosur Kursus Bahasa Mandarin	Peneliti mampu merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan pembelajaran. Hal ini membuktikan hasil dari pretes dengan rata-rata 5,00 dan hasil postes rata-rata 7,50. Nilai ini menunjukkan adanya

			peningkatan skor sebesar 2,50.
2.	Fendhi Setyawan 12010110151016	Analisis Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan, Penggunaan Media Iklan dan Daya Tarik Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Indomaret	Peneliti mampu merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan pembelajaran. Hal ini membuktikan hasil dari pretes dengan rata-rata 6,00 dan hasil postes rata-rata 7,50. Nilai ini menunjukkan adanya peningkatan skor sebesar 2,50.
3.	Siti Sopianah 106051001888	Analisis Semiotik Terhadap Iklan Susu Bendera Edisi Ramadhan 1430 H di Tv	Peneliti mampu merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan pembelajaran. Hal ini membuktikan hasil dari pretes dengan rata-rata 4,50 dan hasil postes rata-rata 6,50. Nilai ini menunjukkan adanya peningkatan skor sebesar 2,00.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan di atas terdapat kaitannya dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah dengan kesamaan materi yaitu mengenai materi pembelajaran teks iklan, slogan atau poster. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan materi teks yaitu teks iklan, slogan atau poster dengan hasil penelitian terdahulu tetapi dengan metode dan kompetensi dasar yang berbeda.

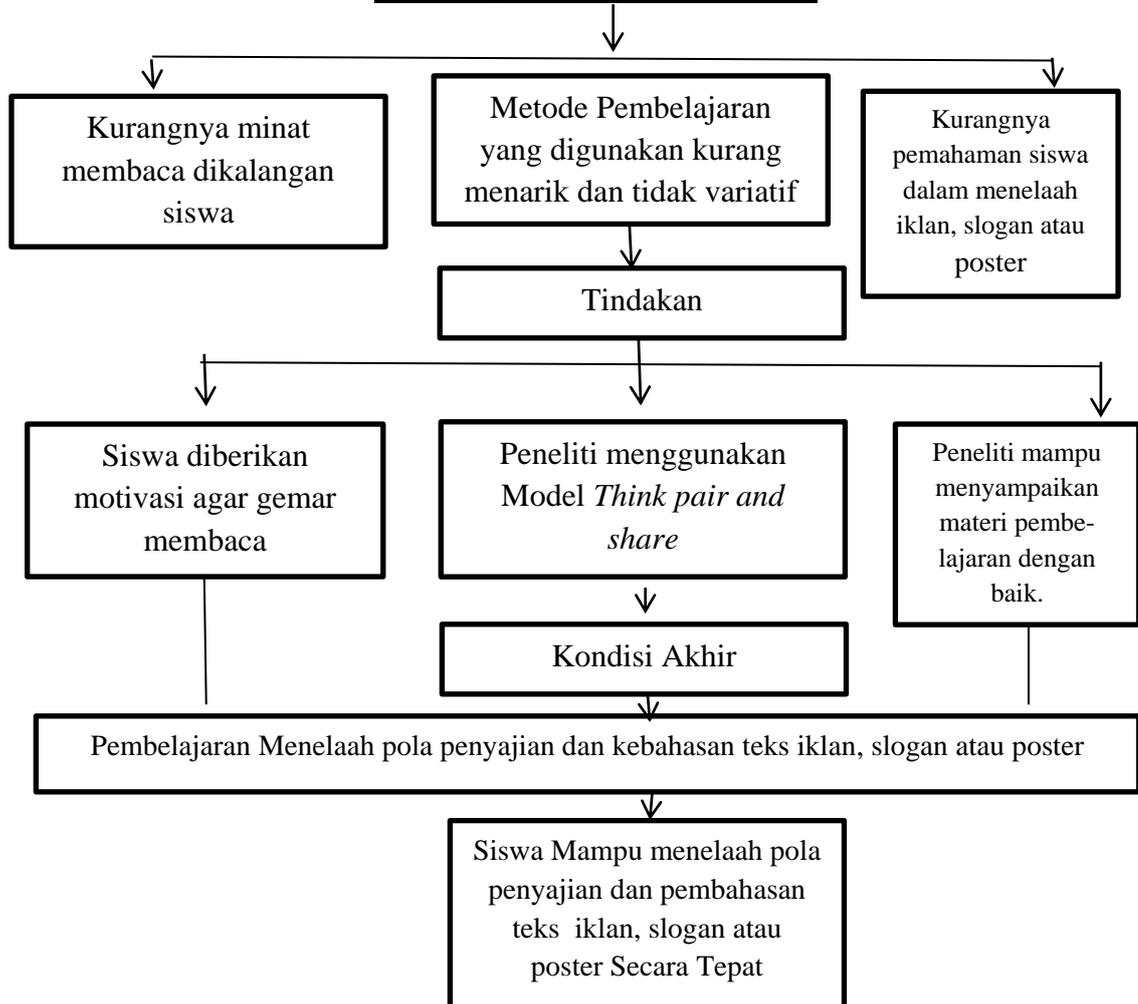
C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu skema atau diagram yang menjelaskan alur berjalannya sebuah penelitian. Sugiyono (2014, hlm, 91) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir menjelaskan secara teoretis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Permasalahan yang dihadapi saat ini bahwa banyak peserta didik yang menganggap keterampilan membaca yang membosankan dan dianggap sulit. Dari anggapan tersebut membuat peserta didik tidak termotivasi untuk meningkatkan kemampuan membaca bahkan tidak semangat jika ada tugas yang berhubungan dengan membaca, dibalik itu semua membaca adalah kegiatan yang menyenangkan, karena dapat menyalurkan ide dan emosi peserta didik dalam bentuk tulis maupun lisan sehingga mendapatkan hasil yang bermanfaat.

Penerapan metode pembelajaran merupakan salah satu strategi dalam pembelajaran. Salah satu metode yang dapat membantu kegiatan pembelajaran, yaitu model *think pare and share* yang dapat membuat siswa lebih aktif dalam pembelajaran menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks ikaln, slogan atau poster.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti mendeskripsikan dalam bentuk bagan dari mulai masalah yang terjadi dalam pembelajaran mengenal materi menemukan ide pokok dengan menggunakan teknik yang kurang tepat atau pemilihan media yang kurang tepat. Hal-hal tersebut yang dapat menghambat peserta didik kurang menyukai pembelajaran yang berhubungan dengan aspek membaca. Berikut kerangka pemikiran yang peneliti buat dalam melakukan penelitian ini.

Tabel 2.2
Pembelajaran Bahasa Indonesia



Kerangka pemikiran yang telah penulis rencanakan memiliki fungsi yang sangat penting dalam penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran tersebut berfungsi sebagai titik tolak dan garis pembatas bagi penulis untuk melaksanakan penelitian agar tidak keluar dari hal yang sudah direncanakan.

D. Asumsi dan Hipotesis

1. Asumsi

Dalam penelitian ini peneliti, mempunyai asumsi sebagai berikut:

1. Peneliti telah lulus perkuliahan MKDK (Mata Kuliah Dasar Keguruan) di antaranya peneliti beranggapan telah mampu mengajarkan Bahasa dan Sastra Indonesia karena telah mengikuti perkuliahan Mata kuliah Pengembangan Kepribadian (MPK) diantaranya: Pendidikan Pancasila, Pengetahuan Ling-

- kungan Sosial Budaya dan Teknologi, *Intermediate English For Education*, Pendidikan Agama Islam, Pendidikan Kewarganegaraan; Mata Kuliah Keahlian (MKK) diantaranya: Teori Sastra Indonesia, Teori dan Praktik Menyimak, Teori dan Praktik Komunikasi Lisan; Mata Kuliah Berkarya (MKB) diantaranya: Analisis Kesulitan Membaca, SBM Bahasa dan Sastra Indonesia, Penelitian Pendidikan; Mata Kuliah Perilaku Berkarya (MPB) diantaranya: Pengantar Pendidikan, Psikologi Pendidikan, Profesi Pendidikan, Belajar dan Pembelajaran; Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat (MBB) diantaranya: PPL I (*Microteaching*), dan Kuliah Praktik Bermasyarakat (KPB).
2. Meningkatnya pemahaman siswa serta tercapainya tujuan pembelajaran Pembelajaran Menelaah Pola Penyajian dan kebahasaan Teks Iklan atau Poster yang tercantum pada kompetensi inti dan kompetensi dasar mengenai pembelajaran menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan atau poster dengan menggunakan model *think pare and share* pada siswa kelas VIII SMP Muhammadiyah 8 Bandung.
 3. Metode pembelajaran yang digunakan adalah model *think pair and share* mampu lebih efektif meningkatkan pemahaman siswa dalam pembelajaran Menelaah Pola penyajian dan kebahasaan Teks Iklan, slogan atau Poster.

2. Hipotesis

Hipotesis adalah penjelasan tentative (sementara) tentang tingkah laku, fenomena (gejala), atau kejadian yang akan terjadi; bisa juga mengenai kejadian yang sedang berjalan (Ruseffendi, 1994, hlm. 24).

1. Peneliti mampu merencanakan dan melaksanakan kegiatan pembelajaran menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan atau poster dengan menggunakan model *Think pair and share* dengan tepat.
2. Siswa kelas VIII mampu menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan atau poster dengan tepat.
3. Kefektifan dan ketepatan model *think pair and share* saat diterapkan pada menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan atau poster.

Dapat disimpulkan hipotesis adalah jawaban sementara yang ditentukan oleh penulis, maka dari itu kebenaran jawabannya masih harus dibuktikan atau diuji.