

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### A. Kajian Teori

##### 1. Kedudukan Pembelajaran Menulis Teks Persuasif dalam Kurikulum 2013 untuk Kelas VIII Sekolah Menengah Pertama

Pendidikan tidak terlepas dari kurikulum. Kurikulum merupakan pedoman yang digunakan untuk mengatur kegiatan pembelajaran di sekolah agar pembelajaran terencana dan dapat dijalankan dengan baik supaya tujuan dari pendidikan dapat dicapai. Seiring berjalannya waktu, kurikulum di Indonesia mengalami perubahan menjadi lebih baik. Seperti halnya kurikulum 2013 yang berlaku saat ini. Kurikulum ini dikembangkan dari kurikulum yang telah lalu. Kurikulum 2013 berfokus pada kompetensi-kompetensi yang harus peserta didik miliki.

Sekaitan dengan itu, Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 mengatakan pengertian kurikulum yaitu, “Seperangkat rencana dan pengaturan mengenai tujuan, isi, dan bahan pengajaran serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan nasional.” Artinya, kurikulum berperan penting terhadap pendidikan karena kurikulum merupakan rancangan yang digunakan sebagai pegangan untuk kegiatan belajar mengajar supaya tercapainya tujuan pendidikan nasional yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa.

Mulyasa (2014, hlm. 66) menjelaskan tentang kurikulum sebagai berikut:

Kurikulum 2013 adalah kurikulum yang menekankan pada pendidikan karakter, terutama pada tingkat dasar yang akan menjadi fondasi pada tingkat berikutnya melalui pengembangan kurikulum 2013 yang berbasis karakter dan berbasis kompetensi kita berharap bangsa ini menjadi bangsa yang memiliki nilai jual yang bisa ditawarkan kepada bangsa lain didunia.

Artinya, kurikulum 2013 adalah kurikulum yang berfokus pada pendidikan budi pekerti, terkhusus pada tingkatan dasar. Hal ini dilakukan agar putra-putri bangsa selain memiliki karakter yang baik tapi juga memiliki kompetensi yang banyak dan dapat diterapkan dalam kehidupannya. Sehingga, mereka dapat bersaing dengan bangsa lain.

Noviani (2017, hlm. 7) mengatakan tentang kurikulum 2013, sebagai berikut:

Kurikulum merupakan landasan atau acuan bagi setiap proses pembelajaran di sekolah, karena dengan adanya kurikulum, proses pembelajaran dapat terencana dengan baik, sehingga tujuan pembelajaran dapat dicapai dengan efektif dan efisien. Di dalam kurikulum terdapat KI dan KD yang merupakan jenjang yang harus dilalui peserta didik untuk sampai pada kompetensi lulusan jenjang satuan pendidikan.

Artinya, kurikulum adalah rujukan yang digunakan dalam pembelajaran di sekolah agar pembelajaran dapat terencana dan tujuan dari kegiatan belajar mengajar dapat diperoleh. Selain itu, pada kurikulum ada juga kompetensi inti dan kompetensi dasar. Kompetensi inti dan kompetensi dasar adalah komponen yang perlu dicapai peserta didik dalam tiap pelajaran yang dipelajari dalam satuan pendidikan.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, kurikulum yaitu sebuah rancangan kegiatan belajar mengajar yang berfokus pada pendidikan karakter. Kurikulum ini dibuat supaya dapat menciptakan generasi penerus bangsa yang berkualitas. Dalam kurikulum 2013 terdapat istilah kompetensi inti (KI) dan kompetensi dasar (KD). Kompetensi inti disesuaikan berdasarkan jenjang sekolah peserta didik. Kemudian, kompetensi dasar yang dikembangkan dari kompetensi inti. Kompetensi dasar tak hanya melalukan pemberian pengetahuan kepada peserta didik tetapi juga mengembangkan keterampilan.

Pendidikan karakter harus selalu dikembangkan dan ditingkatkan. Hal ini agar generasi penerus bangsa mampu untuk bersaing satu sama lain dan mampu mengikuti perkembangan zaman. Oleh karena itu, perlu diberikan bekal kompetensi abad 21 di mana hal itu berfokus pada kemampuan berkolaborasi (*Collaborative*), berkomunikasi (*Communicative*), berpikir kritis (*Critical thinking*), dan kreativitas (*Creativity*).

Hal tersebut didukung dengan pernyataan, Nurhayatin (2020, hlm. 528) yang mengatakan pentingnya penguatan karakter abad-21 sebagai berikut.

Penguatan karakter peserta didik tersebut sangat diperlukan ditanamkan sejak dini. Hal ini dipersiapkan untuk menghadapi tuntutan global yang semakin ketat sehingga peserta didik perlu dibekali dengan kompetensi abad ke-21, yakni kemampuan berkolaborasi (*Collaborative*), berkomunikasi (*Communicative*), berpikir kritis (*Critical thinking*), dan kreativitas (*Creativity*). Dengan demikian, melalui pembelajaran bahasa Indonesia ini

diharapkan karakter dan kemampuan peserta didik lebih baik untuk mempersiapkan generasi emas yang akan datang.

Artinya, pembelajaran abad ke-21 adalah pembelajaran yang berfokus pada karakter 4C. Karakter tersebut harus dikembangkan dengan sebaik mungkin agar pendidikan tetap berkualitas. Jika pendidikannya berkualitas maka generasinya pun juga akan berkualitas.

Adanya pandemi Covid-19 dalam bidang pendidikan memang mempengaruhi berjalannya pendidikan di Indonesia. Pembelajaran yang semula dilakukan tatap muka kini berubah menjadi pembelajaran daring. Akan tetapi, pembelajaran yang berfokus pada abad-21 harus tetap berjalan dengan sebaik mungkin. Mendikbud telah menerbitkan Keputusan Nomor: 719/P/2020 tentang Pedoman Pelaksanaan Kurikulum pada Satuan Pendidikan dalam Kondisi Khusus (Kurikulum Darurat). Satuan pendidikan dapat menyesuaikan kurikulum sesuai dengan kebutuhan dalam peserta didik dengan menggunakan kurikulum nasional (Kurikulum 2013), kurikulum darurat, atau kurikulum mandiri.

Selain itu, kemampuan literasi peserta didik juga perlu dikembangkan. Dimensi literasi tersebut di antaranya literasi bahasa (bacatulis), literasi numerasi, literasi sains, literasi finansial, literasi digital, serta literasi budaya dan kewargaan. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Nurhayatin (2020, hlm. 89) yang mengatakan, “Pada masa Pandemi Covid-19, peserta didik, pendidik, dan orang tua dituntut untuk menguasai dari keenam literasi tersebut, lebih-lebih literasi digital yang saat kondisi AKB sangat dominan dibutuhkan.” Artinya, kini literasi tersebut harus dikuasai oleh semua orang, tak hanya oleh guru dan siswa tetapi juga orang tua sebagai pendamping anak di rumah saat belajar agar pembelajaran daring berlangsung dengan baik.

Supaya pembelajaran daring dapat terlaksana dengan baik, penulis perlu menyiapkan keperluan dalam proses kegiatan belajar mengajar. Bahan ajar yang dibuat oleh pendidik perlu mencukupi syarat tertentu Isman (2016, hlm. 587) mengatakan, “Syarat tersebut yaitu haruslah mempunyai rumusan tujuan pembelajaran yang jelas, spesifik, teramati, dan dapat terukur sehingga akan mempengaruhi perilaku peserta didik menjadi lebih baik. Selain itu, materi bahan ajar harus sesuai dengan kebutuhan pembelajar.”

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, kurikulum merupakan rencana atau pedoman dalam melaksanakan pembelajaran. Pada kurikulum 2013 pendidikan berfokus pada pengembangan karakter dan literasi bagi peserta didik. Hal tersebut supaya terciptanya generasi penerus bangsa yang berkualitas.

Dalam kurikulum 2013 terdapat kompetensi inti dan kompetensi dasar. Kompetensi tersebut disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik. Pada penelitian ini kompetensi dasar yang diteliti terdapat di jenjang sekolah menengah pertama yaitu kompetensi dasar 4.14 mengenai menyajikan teks persuasi (saran, ajakan, arahan, dan pertimbangan) secara tulis dan lisan dengan memperhatikan struktur, kebahasaan, atau aspek lisan. Kompetensi dasar tersebut merupakan pengembangan dari kompetensi inti.

Kedudukan menulis teks persuasif dalam Kurikulum 2013 untuk kelas VIII Sekolah Menengah Pertama itu penting, karena sudah tercantum didalamnya. Saat melakukan pembelajaran terutama kondisi daring saat ini, pendidik harus memperhatikan kesesuaian bahan pembelajaran dengan kebutuhan peserta didik. Hal tersebut dipersiapkan supaya pembelajaran daring dapat dijalankan sebaik mungkin, sehingga tujuan dari pendidikan dapat dicapai.

## **2. Kompetensi Inti**

Dalam kurikulum 2013 terdapat kompetensi inti. Kompetensi inti dikembangkan dari Standar Kompetensi pada Kurikulum sebelumnya yaitu Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP). Kompetensi inti memuat beberapa komponen yang perlu diperoleh peserta didik, di mana komponen-komponen tersebut saling berkaitan.

Menurut Permendikbud nomor 22 tahun 2016 “Kompetensi inti, merupakan gambaran secara kategorial mengenai kompetensi dalam aspek sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang harus dipelajari peserta didik untuk suatu jenjang sekolah, kelas dan mata pelajaran”. Artinya, kompetensi inti menjadi sebuah acuan mengenai kemampuan yang perlu diperoleh peserta didik dalam proses pembelajaran. Kompetensi yang harus dicapai di antaranya sikap, pengetahuan, dan keterampilan.

Berkaitan dengan hal itu, Permendikbud nomor 24 tahun 2016 mengatakan, “Kompetensi inti pada kurikulum 2013 merupakan tingkat kemampuan untuk

mencapai standar kompetensi lulusan yang harus dimiliki seorang peserta didik pada setiap tingkat kelas”. Berdasarkan pernyataan tersebut, kompetensi inti berasal dari standar kompetensi lulusan. Kemampuan tersebut perlu diperoleh peserta didik pada tiap tingkat pendidikan. Kemampuan yang dicapai sebagaimana maksud tersebut berupa sikap spiritual, sosial, pengetahuan, keterampilan.

Mulyasa (2015, hlm. 174) memberikan penjelasan tentang kompetensi inti sebagai berikut:

Kompetensi inti merupakan 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, ketrampilan, 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.

Artinya, kompetensi inti menjadi tolok ukur dalam kemampuan yang harus diperoleh peserta didik. Kemampuan yang perlu diperoleh di antaranya sikap, pengetahuan, dan keterampilan. Kompetensi inti juga harus mendorong ilmu pengetahuan, keterampilan dan pengalaman peserta didik. Maka, ketika lulus dari satuan pendidikan peserta didik dapat memiliki kemampuan yang sama dan beragam.

Berkaitan dengan hal itu, menurut Noviani (2017, hlm 8) menyatakan, “Kompetensi inti berfungsi sebagai pengorganisasian terhadap keterkaitan kompetensi dasar (KD) antara jenjang pendidikan, maupun pengorganisasi keterkaitan antara konten atau mata pelajaran yang dipelajari peserta didik”. Artinya, kompetensi inti menjadi gambaran untuk melaksanakan kegiatan belajar mengajar. Hal tersebut baik dalam jenjang pendidikan atau pembuatan materi yang harus dicapai peserta didik.

Menurut Endis (2019, hlm. 14) mengatakan, “Kompetensi inti adalah suatu standar kompetensi kelulusan yang harus dicapai peserta didik dalam proses pembelajaran di sekolah”. Jadi, kompetensi inti adalah patokan atau tolok ukur kemampuan peserta didik dalam kegiatan pembelajaran. Di mana itu dilakukan pada setiap jenjang pendidikan.

Menurut Pratiwi (2020, hlm. 11) mengatakan, “Kompetensi inti merupakan penjabaran dari Standar Kompetensi Lulusan (SKL) yang didalamnya berisi tentang empat sikap dalam pembelajaran yaitu sikap keagamaan, sikap sosial, sikap pengetahuan, dan sikap keterampilan”. Artinya, kompetensi inti dikembangkan berdasarkan Standar Kompetensi Lulusan yang ada. Dalam kompetensi inti terdapat sikap-sikap yang perlu peserta didik miliki saat proses kegiatan belajar mengajar. Sikap tersebut di antaranya agama, sosial, pengetahuan, dan keterampilan.

Berdasarkan hal itu, kompetensi inti adalah suatu gambaran mengenai pelaksanaan pembelajaran yang dikembangkan dari Standar Kompetensi Lulusan (SKL). Hal ini menunjukkan jika kompetensi inti mengacu kepada kemampuan sikap, pengetahuan, dan keterampilan serta pembuatan materi pembelajaran yang harus didapatkan oleh peserta didik. Selain itu, adanya keseimbangan antara ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang harus diperoleh peserta didik.

Berkaitan dengan uraian tersebut, salah satu kompetensi inti yang menjadi penelitian ini adalah pembelajaran menyajikan teks persuasif. Kompetensi inti ini termasuk ke dalam kompetensi keterampilan. Kompetensi tersebut diajarkan kepada peserta didik kelas VIII Sekolah Menengah Pertama.

### **3. Kompetensi Dasar**

Kompetensi dasar dikembangkan dari kompetensi inti. Permendikbud nomor 22 tahun 2016 mengatakan, “Kompetensi dasar, merupakan kemampuan spesifik yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang terkait muatan atau mata pelajaran”. Artinya, kompetensi dasar berkaitan dengan mata pelajaran yang perlu peserta didik pelajari, di mana hal tersebut mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan.

Sejalan dengan hal tersebut, Permendikbud nomor 24 tahun 2016 mengatakan tentang isi kompetensi dasar “Kompetensi dasar pada kurikulum 2013 berisi kemampuan dan materi pembelajaran untuk suatu mata pelajaran pada masing-masing satuan pendidikan yang mengacu pada kompetensi inti”. Artinya, kompetensi dasar adalah kemampuan peserta didik yang harus dicapai dalam suatu mata pelajaran. Di mana kompetensi dasar ini merupakan perluasan dari kompetensi inti. Kompetensi dasar berisi kemampuan dan materi pembelajaran.

Noviani (2017, hlm 8-9) memaparkan mengenai kompetensi dasar sebagai berikut:

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 memperhatikan karakteristik peserta didik, kemampuan awal, serta ciri dari suatu mata pelajaran.

Berdasarkan pernyataan tersebut, kompetensi dasar adalah pengembangan dari kompetensi inti, di mana ini merupakan sebuah gambaran dalam proses pembelajaran. Kompetensi dasar bukan hanya berperan untuk pemberian pengetahuan tapi juga pengembangan keterampilan masing-masing peserta didik. Kompetensi dasar dikembangkan berdasarkan karakteristik peserta didik dan juga mata pelajarannya.

Senada dengan hal tersebut Putra (2016, hlm. 23) mengatakan, “Kompetensi dasar tidak hanya memberikan pengetahuan, melainkan mengembangkan suatu kemampuan atau keterampilan yang harus dimiliki peserta didik”. Artinya, selain memberikan pengetahuan, kompetensi dasar juga diharapkan dapat mampu meningkatkan kemampuan peserta didik yang terpendam. Sehingga, ketika mereka lulus dari satuan pendidikan mereka akan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni.

Menurut Pratiwi (2020, hlm. 12) mengatakan, “Kompetensi dasar adalah kemampuan yang harus peserta didik capai dalam setiap mata pelajaran”. Artinya, kompetensi dasar adalah kemampuan peserta didik baik berupa pengetahuan ataupun keterampilan yang harus mereka capai saat berada dalam satuan pendidikan. Pengetahuan dan keterampilan tersebut mengacu kepada mata pelajaran yang tercantum di dalam kurikulum 2013.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kompetensi dasar merupakan pengembangan dari kompetensi inti. Kompetensi dasar tak hanya bertujuan untuk pemberian pengetahuan tapi juga untuk mengembangkan keterampilan peserta didik. Selain itu, berkaitan erat juga dengan mata pelajaran yang perlu dicapai oleh peserta didik.

Terkait uraian-uraian tersebut, kompetensi dasar yang dijadikan penelitian adalah pembelajaran menulis teks persuasi pada peserta didik kelas VIII SMP Pasundan 1 Bandung yaitu kompetensi dasar 4.14 Menyajikan teks persuasi (saran, ajakan, arahan, dan pertimbangan) secara tulis dan lisan dengan memperhatikan struktur, kebahasaan, atau aspek lisan.

#### **4. Alokasi waktu**

Kegiatan pembelajaran perlu memerhatikan waktu yang digunakan untuk kegiatan tersebut berlangsung. Sebagai pendidik kita perlu menyesuaikan waktu dan materi yang dipelajari dengan kebutuhan peserta didik. Hal itu dilakukan agar tujuan dari pembelajaran tercapai. Dalam kurikulum 2013 penyesuaian waktu tersebut disebut dengan alokasi waktu.

Berkaitan dengan hal tersebut, Mulyasa (2013, hlm. 15) menjelaskan tentang alokasi waktu sebagai berikut:

Alokasi waktu merupakan lamanya kegiatan pembelajaran yang dilaksanakan di dalam kelas atau laboratorium yang dibatasi oleh kondisi alokasi waktu ketat biasanya dilakukan dengan membandingkan pelaksanaan beberapa program yang berbeda dalam jumlah waktu yang sama. Program yang dapat mencapai tujuan terbanyak dalam waktu yang telah ditentukan dapat dikategorikan sebagai program yang paling efisien.

Artinya, alokasi waktu adalah waktu yang dibutuhkan dalam proses pembelajaran yang dilakukan antara pendidik dan peserta didik. Semakin sesuai antara waktu yang digunakan dengan mata pelajaran yang ada, maka semakin efisien pembelajarannya. Maka dari itu, pengelolaan alokasi waktu dalam pembelajaran haruslah benar-benar diperhatikan.

Sejalan dengan hal itu, Pratiwi (2020, hlm. 13) mengatakan, “Alokasi waktu ini memiliki hubungan erat dengan kegiatan pembelajaran. Dengan adanya alokasi waktu yang sudah disusun maka kegiatan pembelajaran akan tersusun dan apa yang ingin dicapai dalam kompetensi dasar akan tercapai karena tersusunnya materi pembelajaran”. Artinya, alokasi waktu saling berkaitan dengan proses belajar mengajar. Jika alokasi waktu yang ditentukan sesuai dengan mata pelajaran maka tujuan dari pembelajaran juga dapat dicapai.

Majid (2017, hlm. 18) menyatakan, “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”. Artinya, alokasi waktu adalah jumlah pertemuan yang dilakukan antara pendidik dan peserta didik dalam pembelajaran. Dengan adanya alokasi waktu akan membuat kegiatan pembelajaran tersusun dengan baik.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa alokasi waktu yaitu durasi waktu pertemuan pada saat proses pembelajaran berlangsung. Hal tersebut agar kegiatan belajar mengajar tersusun dengan baik karena adanya kesesuaian waktu dengan mata pelajaran dan kebutuhan peserta didik. Baik pembelajaran yang dilaksanakan di luar atau di dalam ruangan.

Bagi seorang pendidik memperhatikan alokasi waktu itu penting. Hal tersebut bertujuan agar tujuan dari pembelajaran dapat tercapai. Maka, seorang pendidik harus memastikan betul alokasi waktunya sesuai dengan kebutuhan.

## **5. Hakikat Menulis**

### **a. Pengertian Menulis**

Menulis adalah suatu bentuk komunikasi tidak langsung yang menggunakan media tulisan untuk menyampaikan pesan. Tarigan (2013, hlm. 3) mengatakan, “Menulis 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”. Berdasarkan pernyataan itu, menulis yaitu salah satu bentuk komunikasi tertulis karena tidak adanya komunikasi langsung.

Sejalan dengan hal tersebut Dalman (2016, hlm. 4) mengatakan, “Menulis adalah proses penyampaian pikiran, angan-angan, perasaan dalam bentuk lambang/tanda/tulisan yang bermakna”. Artinya, menulis adalah proses dituangkannya pikiran menjadi tulisan. Dengan menulis kita dapat menyampaikan gagasan, ide atau pesan yang ada dalam pikiran kita menjadi bentuk tulisan yang utuh dan dipahami semua orang.

Dewi (2015, hlm. 9) mengatakan, “Menulis adalah suatu kegiatan komunikasi menyampaikan informasi atau ide kepada seseorang dengan menggunakan media alat tulis dalam penyampaiannya”. Artinya, menulis merupakan kegiatan seseorang untuk membuat orang lain memahami apa yang ingin diungkapkan dan

disampaikan penulis melalui bahasa tulis. Tulisan yang bisa dipahami oleh para pembaca termasuk tulisan yang baik.

Senada dengan hal tersebut Tiana (2018, hlm. 12) menyatakan, “Menulis adalah kegiatan atau proses penuangan ide atau gagasan ke dalam bentuk tulisan yang ditujukan oleh penulis kepada pembacanya”. Artinya, menulis merupakan aktivitas disampaikannya ide penulis ke dalam sebuah tulisan. Tulisan tersebut diperuntukkan kepada para pembaca agar dapat dipahami apa pesan atau maksud yang penulis sampaikan.

Munirah (2019, hlm. 2) mengatakan, “Menulis merupakan kegiatan yang mempunyai beberapa komponen mulai dari hal yang sederhana, seperti memilih kata, merakit kalimat, sampai ke hal-hal yang rumit, yaitu merakit paragraf sampai menjadi sebuah wacana yang utuh”. Artinya, menulis merupakan kegiatan yang mengandung beberapa unsur yang pelik dan saling berhubungan. Dikatakan seperti itu karena saat menulis kita merangkai dan menggabungkan sebuah kata hingga menjadi sebuah wacana yang utuh. Hal itu supaya maksud penulis dapat tersampaikan dan dipahami oleh semua orang.

Nugraha (2017, hlm. 123) mengatakan, ”Menulis merupakan suatu bentuk penjelajahan dalam menemukan sesuatu. Bahkan, melalui menulis kita dapat mengekspresikan beragam hal (harapan, impian, dan sebagainya). Melalui menulis pula kita dapat mengekspresikan berbagai gagasan (perencanaan, rekomendasi, nilai, dan komitmen). Kita pun dapat menyampaikan kepada orang lain tentang siapa kita, apa yang kita percayai dan pahami, dan mengapa kita percaya dan paham sebagaimana yang kita lakukan”. Artinya, dengan menulis kita dapat mengungkapkan banyak hal entah keinginan, gagasan, perasaan, dan lain-lain. Selain itu, kita juga dapat mengungkapkan tentang jati diri kita atau kepercayaan yang kita yakini.

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, menulis adalah kegiatan komunikasi tidak langsung. Menulis bertujuan untuk menuangkan pikiran atau gagasan penulis menjadi tulisan menggunakan bahasa tulis, mulai dari lambang-lambang huruf hingga menjadi teks yang utuh. Selain itu, menulis adalah kegiatan yang kompleks.

Menulis terkesan mudah tapi tidak semua orang dapat menulis dengan baik. Oleh sebab itu, menulis harus dilatih karena melatih keterampilan menulis sama dengan melatih keterampilan berpikir. Sekecil apapun menulis bila dilatih akan menjadikan kita lebih terampil.

### **b. Tujuan Menulis**

Kegiatan menulis memiliki berbagai tujuan. Tujuan-tujuan menulis tersebut tergantung kepada penulisnya itu sendiri. Menentukan tujuan menulis merupakan langkah yang penting karena itu adalah awal dalam menulis. Dengan mengetahui tujuan penulisan maka dapat diketahui hal yang akan dilaksanakan saat penulisan. Tujuan-tujuan menulis diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Menurut Hugo Hartig dalam Munirah (2019, hlm. 6-7) menulis memiliki beberapa tujuan, di antaranya:

- 1) Tujuan penugasan. Pada tujuan ini, sebenarnya penulis menulis sesuatu karena ditugasi.
- 2) Tujuan altruistik. Penulis bertujuan menyenangkan, menghindarkan keduakaan, ingin menolong para pembaca memahami, menghargai perasaan, ingin membuat hidup para pembaca lebih mudah dan menyenangkan.
- 3) Tujuan persuasif. Penulis bertujuan meyakinkan pembaca akan kebenaran yang diutarakan.
- 4) Tujuan penerangan. Penulis bertujuan memberikan informasi atau keterangan penerangan pada pembaca.
- 5) Tujuan pernyataan diri. Penulis bertujuan memperkenalkan atau menyatakan diri kepada pembaca melalui tulisannya.
- 6) Tujuan kreatif. Penulis bertujuan agar para pembaca dapat memiliki nilai artistik atau nilai kesenian.
- 7) Tujuan pemecahan masalah. Penulis berusaha memecahkan suatu masalah.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam menulis terdapat tujuh tujuan. Pertama, penugasan yaitu menulis karena tugas. Kedua, tujuan altruistik yaitu menulis untuk memberikan kesenangan. Ketiga, tujuan persuasif yaitu untuk memberikan keyakinan pembaca terhadap penulis. Keempat, tujuan penerangan yaitu untuk memberikan keterangan. Kelima, tujuan pernyataan diri yaitu untuk memberikan pengenalan penulis kepada pembaca. Keenam, tujuan kreatif yaitu untuk

memberikan nilai seni. Ketujuh, bertujuan untuk pemecahan masalah. Tujuan-tujuan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan penulis.

Dalman (2016, hlm. 13) menyatakan bahwa menulis mempunyai tujuh kepentingan yang ditinjau dari sudut pengarang.

- a) Tujuan penugasan, pada umumnya para pelajar, menulis sebuah karangan dengan tujuan untuk memenuhi tugas yang diberikan oleh guru atau sebuah lembaga. Bentuk tulisan ini biasanya berupa makalah, laporan, ataupun karangan bebas.
- b) Tujuan estetis, para sastrawan pada umumnya menulis dengan tujuan untuk menciptakan keindahan (estetis) dalam sebuah puisi, cerpen, maupun novel. Untuk itu, penulis pada umumnya memerhatikan benar pilihan kata atau diksi serta penggunaan gaya bahasa.
- c) Tujuan penerangan, surat kabar maupun majalah merupakan salah satu media yang berisi tulisan dengan tujuan penerangan. Tujuan utama penulis membuat tulisan adalah untuk memberi informasi kepada pembaca.
- d) Tujuan pernyataan diri, bentuk tulisan ini misalnya surat perjanjian maupun surat pernyataan. Penulisan surat pernyataan maupun surat perjanjian ialah tujuan untuk pernyataan diri.
- e) Tujuan kreatif, menulis sebenarnya selalu berhubungan dengan proses kreatif, terutama dalam menulis karya sastra, baik itu berbentuk puisi maupun prosa.
- f) Tujuan konsumtif, ada kalanya sebuah tulisan diselesaikan untuk dijual dan dikonsumsi oleh para pembaca.

Berdasarkan uraian di atas, menulis memiliki enam tujuan. Enam tujuan tersebut yaitu penugasan, estetis, penerangan, pernyataan diri, kreatif, dan konsumtif. Setiap penulis memiliki maksud yang berbeda-beda dari kegiatan menulisnya. Hal tersebut didasarkan pada kepentingan penulis itu sendiri.

Menurut M. Atar Semi dalam Nakrowi (2017, hlm. 39) menulis memiliki beberapa tujuan antara lain:

1. Untuk menceritakan sesuatu.
2. Untuk memberikan petunjuk atau pengarahan.
3. Untuk menjelaskan sesuatu.
4. Untuk meyakinkan.

## 5. Untuk merangkum.

Berdasarkan uraian tersebut, menulis memiliki lima tujuan. Lima tujuan tersebut di antaranya menceritakan sesuatu, memberikan petunjuk, menjelaskan sesuatu, meyakinkan, dan merangkum. Maksud dari tulisan-tulisan tersebut disesuaikan dengan keinginan penulis itu sendiri.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, tujuan dari menulis bermacam-macam meski begitu terdapat juga beberapa tujuan yang memiliki kesamaan. Tujuan menulis tersebut di antaranya dilakukan untuk penugasan, persuasif, pernyataan diri, penerangan, kreatif, altruistik, konsumtif dan pemecahan masalah. Selain itu, untuk merangkum dan memberikan petunjuk.

Menulis memiliki tujuan-tujuan yang berbeda tergantung dari keinginan pengarang atau penulis itu sendiri. Saat menulis kita harus mempunyai tujuan atau dasar dalam menulis agar pembaca tertarik dan tulisan tersebut dapat diterima. Selain itu, menulis dilakukan secara objektif berdasarkan pengalaman dan pengamatan penulis secara langsung.

### **c. Fungsi Menulis**

Dalam menulis terdapat berbagai macam fungsi. Pada prinsipnya fungsi utama menulis adalah alat untuk menyampaikan informasi secara tidak langsung. Fungsi menulis merupakan bagian yang penting karena itu pembaca dapat mengetahui apa yang ingin disampaikan penulis. Fungsi-fungsi dari menulis diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Menurut Kasupardi dan Supriatna (2010, hlm.6-7) fungsi-fungsi menulis di antaranya adalah:

#### 1) Bersifat Informatif

Bersifat informatif yaitu memberikan informasi tentang suatu hal.

#### 2) Bersifat Pragmatis

Orientasi pragmatis lebih tertuju kepada karya sastra sebagai sarana pendidikan. Dalam karya sastra terdapat pesan moral yang ingin disampaikan pengarang kepada pembaca.

#### 3) Berfungsi Direktif

Fungsi direktif yaitu mengatur tingkah laku. Tulisan tidak hanya membuat pembaca melakukan sesuatu, tetapi melakukan kegiatan yang sesuai dengan

yang diinginkan oleh penulis. Hal ini dilakukan menggunakan kalimat-kalimat yang menyatakan perintah, imbauan, permintaan, maupun rayuan.

#### 4) Berfungsi Interaksional atau Interpersonal

Fungsi interaksional atau interpersonal yaitu fungsi menjalin hubungan, memelihara, dan memperhatikan perasaan bersahabat atau solidaritas sosial.

#### 5) Berfungsi Imajinatif

Selain menggunakan bahasa tulis, seorang penulis menggunakan bahasa tulisan untuk menyajikan pikiran, gagasan, dan perasaan baik yang sebenarnya, maupun yang hanya imajinasi (rekaan, khayalan) saja. Fungsi imajinatif ini biasanya berupa karya seni (puisi, cerita, dongeng, lelucon) yang digunakan untuk kesenangan pembacanya.

#### 6) Berfungsi Emotif

Dalam hal karya sastra, seorang pengarang yang menciptakan sebuah tulisan (puisi) menyatakan sikap terhadap apa yang dituturkannya.

Berdasarkan uraian tersebut, menulis memiliki enam fungsi. Enam fungsi tersebut di antaranya informatif, pragmatis, direktif, interaksional, imajinatif, dan emotif. Informatif yaitu untuk memberikan informasi, pragmatis yaitu untuk sarana pendidikan dalam karya sastra, direktif yaitu untuk mengatur tingkah laku, interaksional yaitu untuk interaksi atau menjalin hubungan, imajinatif yaitu untuk kesenangan dalam karya sastra, dan emotif yaitu untuk mengungkapkan perasaan penulis.

Menurut Yunus dan Suparno (2009, hlm. 1-4) fungsi-fungsi menulis di antaranya adalah:

- 1) Meningkatkan kecerdasan.
- 2) Mengembangkan daya inisiatif dan kreativitas.
- 3) Menumbuhkan keberanian.
- 4) Mendorong kemauan dan kemampuan mengumpulkan informasi

Berdasarkan uraian di atas, menulis memiliki empat fungsi. Fungsi-fungsi tersebut yaitu untuk meningkatkan kecerdasan atau intelegensi, pengembangan kemampuan prakarsa dan mencipta, penumbuhan keberanian, dan pendorong kemauan serta kemampuan pengumpulan sebuah informasi. Hal tersebut sangat bermanfaat dalam kehidupan.

Menurut Djuanda (2008, hlm. 180) fungsi-fungsi menulis di antaranya sebagai berikut:

1) Fungsi Penataan

Pada tahap ini penulis dituntut untuk dapat menyusun ide atau gagasan yang ada di dalam pikiran penulis ke dalam bentuk sebuah tulisan. Kegiatan ini mendorong penulis untuk dapat mengorganisasikan ide atau gagasan yang ada dalam pikiran (logika) ke dalam bentuk tulisan (kebahasaan), sehingga menghasilkan tulisan yang sesuai dengan ide atau gagasan penulis.

2) Fungsi Pengawetan

Pada tahap ini menjelaskan bahwa tulisan penulis akan selalu ada. Kegiatan menulis merupakan kegiatan yang dapat membuat penulis tidak akan melupakan tulisan yang telah dibuatnya. Apalagi bila tulisan tersebut dipublikasikan dan dapat membuat penulis bangga terhadap karya yang dibuatnya. Oleh karena itu menulis memiliki fungsi pengawetan.

3) Fungsi Penciptaan

Pada tahap ini menjelaskan bahwa dasarnya kegiatan menulis memerlukan pemikiran yang mendalam sehingga dapat menyajikan tulisan yang kreatif. Untuk mewujudkan sebuah tulisan yang kreatif, maka diperlukan daya pikir yang kreatif dan terbuka. Sebagaimana ketika penulis membuat sebuah karya sastra atau membuat sebuah karangan fiksi, penulis harus dapat dilakukan menyuguhkan sesuatu yang baru dan menarik di dalam tulisannya. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh penulis untuk menghasilkan karya yang baru dan kreatif adalah penulis menyertakan pemikiran yang bersifat imajinatif.

4) Fungsi Penyampaian

Pada tahap ini melalui sebuah tulisan penulis dapat menyampaikan gagasan kepada pembaca, sehingga pembaca dapat mengetahui isi tulisan yang ingin disampaikan oleh penulis.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat 4 fungsi dalam menulis. Fungsi-fungsi tersebut di antaranya fungsi penataan, pengawetan, penciptaan, dan penyampaian. Fungsi penataan dan penciptaan terdapat dalam proses penulisan sedangkan pengawetan dan penyampaian terdapat dalam proses publikasi tulisan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa menulis memiliki berbagai macam fungsi. Fungsi menulis tersebut di antaranya untuk memberikan informasi, pragmatis, direktif, menjalin hubungan, imajinatif, emotif, meningkatkan kecerdasan, mengembangkan inisiatif dan kreativitas, menumbuhkan keberanian, dan mendorong kemauan. Selain itu, tercakup juga ke dalam fungsi penataan, pengawetan, penciptaan, penyampaian.

Fungsi menulis berbeda-beda tergantung dari keinginan penulis itu sendiri. Akan tetapi menulis memiliki fungsi utama yang sama yaitu untuk menyampaikan sebuah informasi. Dengan demikian, pembaca dapat merasakan manfaat dari tulisannya sehingga mereka dapat menerima tulisan kita.

#### **d. Tahap Menulis**

Menulis tentunya memiliki tahapan-tahapan yang harus ditempuh untuk membuat sebuah tulisan menjadi sebuah karya yang baik. Tahapan tersebut menjadi pedoman penulis dalam menulis sebuah karya. Tahapan menulis terbagi menjadi tiga tahap yaitu prapenulisan, penulisan, dan pascapenulisan. Tahapan-tahapan tersebut diuraikan sebagai berikut.

Menurut Dalman (2016, hlm.13-19) tahap menulis terdiri dari 3, di antaranya:

##### 1) Tahap Prapenulisan (Persiapan)

Tahap ini merupakan tahap pertama, tahap persiapan atau prapenulisan adalah ketika pembelajar menyiapkan diri, mengumpulkan informasi, merumuskan masalah, menentukan fokus, mengolah informasi, menarik tafsiran dan inferensial terhadap realitas yang dihadapinya, berdiskusi, membaca, mengamati, dan lain-lain yang memperkaya masukan kognitifnya yang akan diproses selanjutnya. Pada tahap prapenulisan ini terdapat aktivitas memilih topik, menetapkan tujuan dan sasaran, mengumpulkan bahan dan informasi yang diperlukan, serta mengorganisasikan ide atau gagasan dalam bentuk kerangka karangan.

##### a) Menentukan Topik

Topik adalah pokok persoalan atau permasalahan yang menjiwai seluruh tulisan. Topik berbeda dengan tema, topik mengarah pada hal yang lebih khusus.

#### b) Menentukan Tujuan dan Sasaran

Tujuan dan sasaran penulisan harus diperhatikan agar tulisan dapat tersampaikan dengan baik. Tujuan dan sasaran penulisan akan mempengaruhi corak dan bentuk tulisan, gaya penyampaian, dan tingkat kerincian isi tulisan.

#### c) Mengumpulkan Bahan dan Informasi Pendukung

Sebelum memulai menulis perlu mencari, mengumpulkan dan memilih bahan informasi yang dapat mendukung, memperluas, dan memperkaya isi tulisan.

#### d) Mengorganisasikan Ide dan Informasi

Terlebih dahulu harus menyusun kerangka karangan agar tulisan tersebut dapat tersusun secara sistematis. Kerangka karangan adalah panduan seseorang dalam menulis ketika mengembangkan suatu karangan.

### 2) Tahap Penulisan

Tahap penulisan merupakan tahap untuk menuangkan ide atau gagasan dalam bentuk tulisan. Pada tahap ini, akan mengembangkan butir demi butir ide yang terdapat dalam kerangka tulisan dengan memanfaatkan bahan atau informasi yang telah dipilih dan dikumpulkan.

### 3) Tahap Pascapenulisan

Tahap ini merupakan tahap penghalusan dan penyempurnaan buram yang telah dihasilkan. Kegiatannya terdiri atas penyuntingan dan perbaikan (revisi). Penyuntingan adalah pemeriksaan dan perbaikan unsur mekanik karangan seperti ejaan, punctuation, diksi, pengkalimatan, pengalineaan, gaya bahasa, pencatatan kepustakaan, dan konvensi penulisan lainnya. Kegiatan penyuntingan dan perbaikan dapat dilakukan dengan langkah langkah yaitu membaca keseluruhan karangan, menandai hal-hal yang perlu diperbaiki atau memberi catatan bila ada hal-hal yang perlu diganti, ditambahkan, disempurnakan, dan melakukan perbaikan sesuai dengan temuan saat penyuntingan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan menulis memiliki tiga tahapan. Tahapan tersebut di antaranya yaitu prapenulisan, penulisan, dan pascapenulisan. Hal ini bertujuan supaya tulisan tersebut dapat dipahami semua orang sehingga maksud penulis tersampaikan dan dapat diterima dengan baik.

Menurut Pujiono (2013, hlm. 5-6) proses menulis terdiri dari tiga tahapan yaitu prapenulisan, penulisan, dan pascapenulisan. Proses penulisan tersebut diuraikan lebih rinci sebagai berikut.

- 1) Prapenulisan adalah tahap persiapan untuk menulis. Hal-hal yang dilakukan pada tahap pramenulis adalah memilih topik, mempertimbangkan tujuan, bentuk, dan pembaca serta mengidentifikasi dan menyusun ide-ide. Tahap pramenulis sangat penting dan menentukan dalam tahap-tahap menulis selanjutnya.
- 2) Penulisan. Setelah kerangka karangan tersusun, penulis mulai melakukan kegiatan menulis. Penulis akan mengekspresikan ide-idenya ke dalam tulisan dan memperhatikan bahasanya. Bagian isi karangan menyajikan bahasan topik atau ide utama tulisan. Ide utama tulisan dapat diperjelas dengan ilustrasi, informasi, bukti, argumen, dan alasan.
- 3) Pasca penulisan merupakan tahap penghalusan dan penyempurnaan tulisan kasar yang kita hasilkan. Kegiatan ini meliputi penyuntingan dan merevisi. Tomskins dan Hosskisson menyatakan bahwa penyuntingan adalah pemeriksaan dan perbaikan unsur mekanik karangan seperti ejaan, diksi, pengkalimatan, pengalineaan, gaya bahasa, dan lainnya. Adapun revisi lebih mengarah perbaikan dan pemeriksaan isi tulisan.

Berdasarkan uraian tersebut, menulis terdiri dari tiga tahapan yaitu prapenulisan, penulisan, dan pascapenulisan. Pertama, tahap prapenulisan yaitu persiapan dalam menulis. Kedua, tahap penulisan yaitu merangkai gagasan dalam pikiran menjadi tulisan yang utuh. Ketiga, tahap pascapenulisan yaitu menyunting dan memperbaiki tulisan.

Menurut Sutardi (2012, hlm. 14-23) menulis terdiri dari tiga tahap, yaitu pra menulis, penulisan, editing dan revisi. Tahap menulis lebih lanjut diuraikan sebagai berikut.

#### 1) Pramenulis (Tahap Pencarian Ide dan Pengendapan)

Pra menulis merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini seorang penulis melakukan berbagai kegiatan, misalnya menemukan atau menyiapkan ide gagasan sebagai bahan membuat cerita (sumber inspirasi), menentukan judul

karangan, menentukan tujuan, memilih bentuk atau jenis tulisan, membuat kerangka dan mengumpulkan bahan-bahan.

## 2) Penulisan

Tahap penulisan dimulai dengan menjabarkan ide ke dalam bentuk tulisan. Ide-ide itu dituangkan dalam bentuk kalimat dan paragraf. Selanjutnya, paragraf-paragraf itu dirangkaikan menjadi satu karangan yang utuh.

## 3) Editing dan Revisi

Pada tahap editing dilakukan pemeriksaan kembali terhadap keseluruhan karangan yang sudah kita tulis dari aspek kebahasaannya, baik kesalahan kata, frasa, tanda baca, penulisan, sampai ke kalimat-kalimatnya. Sedangkan tahap revisi dengan memeriksa kembali karangan yang baru kita tulis dari aspek isi (*content*) atau logika cerita.

Berdasarkan uraian tersebut, menulis terdiri dari tiga bagian yaitu prapenulisan, penulisan, dan editing dan revisi. Pertama, prapenulisan yaitu persiapan menulis. Kedua, penulisan yaitu menyusun ide menjadi sebuah kalimat kemudian paragraf hingga menjadi tulisan yang utuh. Ketiga, tahap editing dan revisi yaitu memperbaiki tulisan dan memeriksa kembali tulisan agar menjadi tulisan yang baik dan dapat dipublikasikan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, menulis memiliki tiga tahapan yaitu prapenulisan, penulisan, dan pascapenulisan. Pertama, tahap prapenulisan yaitu persiapan sebelum menulis seperti menyiapkan ide, tujuan, dan sebagainya. Kedua, tahap penulisan yaitu merangkai ide yang ada di pikiran ke bentuk tulisan. Ketiga, tahap pascapenulisan yaitu menyunting dan memperbaiki tulisan yang sudah dibuat menjadi sebuah tulisan yang utuh dan sempurna.

Tahapan menulis merupakan pedoman penulis untuk menulis sebuah karangan. Oleh karena itu, ketika menulis kita perlu memperhatikan tahapan-tahapan dalam menulis. Hal tersebut bertujuan supaya tulisan yang dibuat menjadi sebuah tulisan baik dan utuh serta dapat diterima oleh pembaca.

## **6. Teks Persuasif**

### **a. Pengertian Teks Persuasif**

Teks persuasif adalah salah satu teks yang bertujuan agar orang lain terpengaruh dan bersedia melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan penulis. Contoh penggunaan persuasif dalam kehidupan yaitu iklan jasa, produk, poster lingkungan hidup, dan lain sebagainya. Teks persuasif akan dipaparkan lebih rinci sebagai berikut.

Dalman (2016, hlm. 146) menyatakan, “Karangan persuasi merupakan karangan yang bertujuan untuk mempengaruhi perasaan pembaca agar pembaca yakin dan percaya tentang isi karangan tersebut dan mengikuti keinginan si penulisnya”. Berdasarkan pernyataan tersebut, karangan persuasif berisi tentang sebuah karangan yang berfungsi mempengaruhi orang lain untuk dapat melakukan sesuatu yang diinginkan oleh penulis. Jika pembaca tertarik dengan tulisan tersebut maka mereka akan meyakini kebenaran yang disampaikan penulis. Sehingga, mereka terdorong untuk mengikuti apa yang disampaikan penulis dalam tulisannya.

Keraf (2007, hlm. 45) mengatakan, “Persuasi merupakan karangan yang berisi ajakan atau mempengaruhi perasaan pembaca akan mengikuti apa yang disarankan penulis dalam karangannya”. Artinya, persuasi bertujuan membujuk pembaca untuk melakukan sesuatu. Penulis berusaha meyakinkan pembaca dengan pesan dan ajakan yang disampaikan penulis dalam tulisannya sehingga pembaca percaya dan terdorong untuk mengikuti penulis.

Fauziah (2019, hlm. 29) menyatakan, “Teks persuasi merupakan karangan yang berisi ajakan, imbauan baik secara implisit maupun eksplisit. Tujuan teks persuasif yakni untuk meyakinkan seseorang agar percaya dan terbujuk akan hal-hal yang dikomunikasikan baik yang berupa fakta pendapat atau gagasan seseorang”. Berdasarkan pernyataan tersebut, teks persuasif adalah teks yang menyajikan ajakan atau imbauan yang ditujukan kepada orang lain. Hal tersebut dilakukan agar mereka mengikuti penulis.

Sejalan dengan hal itu Dewi (2015, hlm. 17) menyatakan, “Paragraf persuasi merupakan jenis paragraf yang bersifat memengaruhi, membujuk, dan meyakinkan pembaca agar mau melakukan sesuatu sesuai persuasi yang

diadakan”. Artinya, paragraf persuasi berisi ajakan yang dilakukan agar orang lain melakukan apa yang diinginkan penulis. Sehingga, tujuan dari penulis dapat tercapai.

Apriyani (2011, hlm. 29) mengatakan, “Paragraf persuasif adalah paragraf yang bersifat membujuk, mempengaruhi para pembaca agar melakukan sesuatu yang diinginkan pengarang atau penulisnya. Tulisan atau karangan persuasif biasanya menggunakan kalimat-kalimat yang sifatnya mengajak atau mempengaruhi pembaca agar bersikap atau melakukan sesuatu”. Jadi, paragraf persuasi adalah paragraf yang di dalamnya terdapat kalimat-kalimat bujukan untuk memengaruhi orang lain. Dengan adanya kalimat bujukan tersebut diharapkan pembaca dapat meyakini apa yang disampaikan penulis dan terpacu melakukan sesuatu seperti apa yang dianjurkan penulis.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa teks persuasif yaitu karangan yang bertujuan untuk membujuk pembaca agar mereka melakukan keinginan penulis. Teks ini juga berisi argumen berdasarkan data, bukti dan fakta. Hal ini bertujuan agar pembaca semakin percaya dan yakin akan kebenaran dari tulisan penulis. Sehingga, mereka tergerak untuk mengikuti keinginan penulis.

Penggunaan persuasif dalam kehidupan banyak sekali dapat dilihat dari adanya pidato persuasif, slogan tentang hidup sehat, dan lain sebagainya. Hal tersebut menunjukkan bahwa teks persuasif sangat bermanfaat penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Maka dari itu, teks persuasif perlu dipelajari.

#### **b. Ciri-Ciri Teks Persuasif**

Teks persuasif mempunyai ciri tersendiri. Akan tetapi terdapat ciri utama dalam teks persuasif yang dapat membedakan dengan teks lain yaitu adanya ajakan atau bujukan di dalamnya. Meski begitu terdapat ciri-ciri teks persuasif lain, untuk itu maka diuraikan lebih rinci sebagai berikut.

Menurut Nurmalasari (2020, hlm. 62) ciri-ciri paragraf persuasi di antaranya:

- 1) Memiliki alasan yang kuat, fakta, dan bukti untuk memperkuat bujukan.
- 2) Memiliki kalimat yang bersifat mengajak pembacanya untuk melakukan apa yang sudah dituliskan dalam paragraf.

- 3) Terdapat kata-kata seperti ayo, marilah, sebaiknya, dan lain sebagainya untuk mempengaruhi pembaca.
- 4) Paragraf persuasi umumnya akan menghindari kemungkinan adanya konflik agar pembacanya merasa dimanjakan.

Berdasarkan uraian di atas, paragraf persuasi memiliki empat ciri. Empat ciri tersebut di antaranya alasan, fakta, dan bukti, memiliki kalimat yang bersifat mengajak, terdapat kata yang mempengaruhi, dan terhindar dari konflik. Ciri khas teks persuasif ini terdapat ajakan atau bujukan di dalamnya.

Menurut Darmawati (2018, hlm. 48-49) ciri-ciri teks persuasi adalah sebagai berikut:

- 1) Penulis memahami bahwa pendirian dan pemahaman pembaca dapat diubah.
- 2) Penulis berusaha menjelaskan dan menarik kepercayaan pembaca.
- 3) Penulis berusaha menciptakan kesepakatan atau penyesuaian melalui kepercayaan penulis dengan pembaca.
- 4) Penulis berusaha menghindari konflik agar kepercayaan tidak hilang dan supaya kesepakatan pendapat tercapai.
- 5) Penulis menampilkan imbauan dan ajakan.
- 6) Penulis berusaha memengaruhi pembaca.
- 7) Penulis menyertakan data dan fakta dalam teks persuasi.

Berdasarkan uraian di atas, ciri-ciri teks persuasif ada tujuh. Yang menjadi khas utama dalam teks persuasif adalah menarik dan meyakinkan pembaca. Kemudian, disertai dengan data dan fakta yang mendukung dalam teks persuasi.

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, teks persuasif memiliki ciri yang berbeda dengan teks lain. Ciri khas dari teks persuasif ini adalah adanya kalimat ajakan atau bujukan di dalam teksnya. Kalimat tersebut bertujuan agar pembaca melakukan keinginan penulis.

Sebuah teks persuasif harus memberikan kepercayaan kepada pembaca agar mereka bersedia melakukan keinginan penulis. Selain itu, penggunaan data dan fakta akan mendukung teks persuasif penulis. Ciri-ciri teks tersebut saling berkaitan, karena jika satu tidak ada maka teks persuasif tersebut bukan teks yang baik. Akibatnya tujuan yang ingin dicapai oleh penulis tidak terwujud. Maka dari itu kita harus memerhatikan dengan saksama saat menulis teks persuasi.

### c. Macam-Macam Teks Persuasif

Teks persuasif memiliki empat macam. Macam-macam teks persuasif tersebut di antaranya politik, pendidikan, iklan, dan propaganda. Macam teks persuasif tersebut akan diuraikan lebih rinci sebagai berikut.

Suparno dan Yunus dalam Sebayang (2019, hlm. 18), mengatakan empat macam teks persuasi, yaitu:

#### 1) Persuasi Politik

Persuasi politik dipakai dalam bidang politik oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang politik dan kenegaraan.

#### 2) Persuasi Pendidikan

Persuasi pendidikan yang dipakai oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang pendidikan dan digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan pendidikan.

#### 3) Persuasi Advertensi/Iklan

Persuasi iklan dimanfaatkan terutama dalam dunia usaha untuk memperkenalkan suatu barang atau bentuk jasa tertentu.

#### 4) Persuasi propaganda

Pada dasarnya objek yang ditampilkan dalam persuasi propaganda adalah informasi.

Berdasarkan uraian tersebut, teks persuasi terbagi menjadi empat macam. Pertama, persuasi politik yaitu persuasi yang ada dalam bidang politik. Kedua, persuasi pendidikan yaitu persuasi yang ada dalam bidang pendidikan. Ketiga, persuasi iklan yaitu persuasi yang digunakan untuk memberitahukan tentang sebuah jasa atau barang tertentu. Keempat, persuasi propaganda yaitu digunakan untuk menyampaikan informasi.

Menurut Hikmah (2018, hlm. 18) jenis-jenis ajakan terbagi menjadi empat yaitu sebagai berikut:

- 1) Ajakan politik mengajak berkecimpung dalam kenegaraan yang dipakai politikus.
- 2) Ajakan pendidikan mengajak berkecimpung dalam pendidikan.
- 3) Ajakan periklanan mengajak untuk meyakinkan untuk membeli produk yang ditawarkan.

- 4) Ajakan propaganda mengajak pola pikir untuk bisa mengikuti pemikiran penulis.

Berdasarkan uraian di atas, teks persuasif juga sama memiliki empat macam. Empat macam teks persuasif tersebut di antaranya politik, pendidikan, periklanan, dan propaganda. Macam-macam teks persuasi tersebut didasarkan pada tujuan atau maksud penulis.

Berdasarkan beberapa pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa teks persuasif terbagi menjadi empat jenis. Pertama, persuasi politik yaitu ajakan yang digunakan dalam bidang politik dan kenegaraan. Kedua, persuasi pendidikan yaitu ajakan yang digunakan dalam bidang pendidikan. Ketiga, persuasi advertensi atau iklan yaitu ajakan yang digunakan untuk mempromosikan sebuah barang atau jasa agar pembaca tertarik membeli suatu barang atau menggunakan suatu jasa. Keempat, persuasi propaganda yaitu ajakan yang digunakan untuk kepentingan kampanye agar pembaca mengikuti keinginan penulis.

Kita dapat membedakan suatu teks persuasif berdasarkan jenisnya. Oleh karena itu, penulis harus memahami betul apa tujuannya dalam menulis teks persuasif. Hal tersebut dilakukan supaya kita dapat menentukan ajakan yang tepat bagi pembaca sehingga pembaca yakin dan bersedia melakukan keinginan penulis. Maka, tujuan dari penulis pun akan tercapai.

#### **d. Struktur Teks Persuasif**

Setiap teks tentunya memiliki struktur-struktur yang membangun teks tersebut. Sama halnya dengan teks persuasif juga memiliki struktur tersendiri. Struktur paragraf teks persuasif tersebut diuraikan sebagai berikut.

Menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (2017, hlm. 186) struktur teks persuasif terbagi menjadi 4, di antaranya adalah:

- 1) Pengenalan isu, yakni berupa pengantar atau penyampaian tentang masalah yang menjadi dasar tulisan atau pembicaraannya itu.
- 2) Rangkaian argumen, yakni berupa sejumlah pendapat penulis/pembicara terkait dengan isu yang dikemukakan pada bagian sebelumnya. Pada bagian ini dikemukakan sejumlah fakta yang memperkuat argumen-argumennya itu.
- 3) Pernyataan ajakan, yakni sebagai inti dari teks persuasi di dalamnya dinyatakan dorongan kepada pembaca/pendengarnya untuk melakukan

sesuatu. Pernyataan itu mungkin disampaikan secara tersurat ataupun tersirat. Adapun kehadiran argumen berfungsi untuk mengarahkan dan memperkuat ajakan-ajakan itu.

- 4) Penegasan kembali atas pernyataan-pernyataan sebelumnya, yang biasanya ditandai oleh ungkapan-ungkapan seperti *demikianlah, dengan demikian, oleh karena itulah*. Penegasan kembali berisi tentang simpulan atau rangkuman.

Berdasarkan uraian di atas, struktur teks persuasif terbagi menjadi empat. Pertama, pengenalan isu berisi pendahuluan yang menjadi masalah utama dari tulisan tersebut. Kedua, rangkaian argumen berisi pendapat penulis/pembicara tentang masalah yang diangkat. Ketiga, pernyataan ajakan berisi bujukan kepada para pembaca/pendengar agar mengikuti keinginan penulis/pembicara. Kelima, penegasan kembali berisi simpulan dari pernyataan sebelumnya.

Menurut Darmawati dalam Endis (2019, hlm. 28) struktur teks persuasi di antaranya:

- 1) Pendahuluan

Tentunya dalam menulis karangan atau tulisan hal yang paling utama adalah pendahuluan yang berisi topik, kalimat pembuka, dan gagasan utama.

- 2) Fakta

Dalam menulis teks persuasi hal yang paling penting adalah fakta/opini yang dituangkan penulis ke dalam teks persuasi.

- 3) Ajakan

Dalam menulis teks persuasi harus terdapat kalimat ajakan, karena inti dari teks persuasi itu sendiri adalah mengajak, membujuk pembaca untuk melakukan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan penulis.

Berdasarkan uraian di atas, struktur teks persuasi terdiri dari tiga bagian. Pertama, pendahuluan berisi inti dari tulisan itu dibuat. Kedua, fakta berisi hal atau keadaan yang benar terjadi. Ketiga, ajakan berisi bujukan kepada para pembaca untuk melakukan keinginan penulis.

Mulyadi, dkk. (2018, hlm. 184) menjelaskan struktur yang membangun teks persuasi sebagai berikut:

- 1) Pengenalan isu, bagian ini berisi pengantar atau penyampain tentang tentang masalah yang menjadi dasar tulisan atau pembicaraan.

- 2) Rangkaian argumen, bagian ini berisi sejumlah pendapat penulis tentang isu yang dikemukakan sebelumnya. Pada bagian ini, pendapat yang dikemukakan diperkuat oleh berbagai fakta.
- 3) Pernyataan ajakan, bagian ini berisi dorongan kepada pembaca untuk melakukan sesuatu.
- 4) Penegasan kembali, bagian ini berisi ungkapan untuk meyakinkan kembali pembaca terhadap pernyataan-pernyataan sebelumnya. Bagian ini ditandai dengan kata yang menunjukkan simpulan, *seperti jadi, dengan, demikian, oleh karena itu*.

Berdasarkan uraian di atas, struktur teks persuasi terdiri dari empat bagian. Struktur tersebut di antaranya ada pengenalan isu, rangkaian argumen, pernyataan ajakan, dan penegasan kembali. Hal tersebut dapat membangun sebuah teks menjadi teks persuasif yang baik.

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, struktur teks persuasif adalah susunan bagian yang membangun sebuah teks. Dalam struktur teks persuasif susunan tersebut berasal dari sebuah isu yang didalamnya memuat argumen, fakta, dan bukti. Terdapat empat macam bagian yang termasuk ke dalam struktur teks persuasif di antaranya pengenalan isu, rangkaian argumen, pernyataan ajakan, dan penegasan kembali.

Struktur dalam sebuah teks memiliki peran yang penting. Jika tidak ada salah satu struktur maka akan menjadi paragraf yang tidak utuh. Semua struktur saling berkaitan satu sama lain. Oleh karena itu, sebuah teks harus dibangun dengan memperhatikan struktur teksnya agar menjadi teks yang utuh dan baik. Hal tersebut bertujuan agar pesan yang ditulis penulis dapat tersampaikan dan tujuan tercapai sehingga pembaca mengikuti keinginan penulis.

#### **e. Kaidah Kebahasaan Teks Persuasif**

Dalam menulis sebuah teks persuasif terdapat kaidah-kaidah yang harus diperhatikan oleh penulis. Kaidah kebahasaan teks persuasif memiliki kekhasan tersendiri. Kaidah kebahasaan tersebut diuraikan sebagai berikut.

Menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (2017, hlm.189) kaidah kebahasaan teks persuasif di antaranya:

- 1) Memakai kata bujukan (harus, penting, sepantasnya).
- 2) Memakai kata kerja imperatif (hendaknya, jadikanlah, waspadalah)
- 3) Memakai kata – kata teknis maupun peristilahan yang berhubungan dengan topik yang sedang dibahas.
- 4) Memakai berbagai kata penghubung argumentatif (sebab, jika, dengan demikian, karena, oleh karena itu, akibatnya).

Berdasarkan uraian di atas, kaidah kebahasaan teks persuasif terdiri dari empat hal. Kaidah kebahasaan itu di antaranya kata bujukan, kata kerja imperatif, kata teknis, dan kata penghubung argumentatif. Kaidah kebahasaan dapat membedakan teks persuasif dengan teks lainnya.

Menurut Damayanti (2018, hm. 27) kaidah kebahasaan teks persuasif mencakup enam aspek di antaranya sebagai berikut:

- 1) Pernyataan yang bersifat bujukan.
- 2) Adanya penggunaan kata ganti ‘kita’.
- 3) Penggunaan kata teknis atau istilah.
- 4) Adanya penggunaan kata penghubung yang argumentatif misalnya, jika, maka, sebab, karena, dengan demikian, akibatnya, oleh karena itu.
- 5) Penggunaan kata kerja mental, seperti diharapkan, memprihatinkan, mengagumkan, berpendapat, dan menyimpulkan.
- 6) Penulis menggunakan kata-kata perujukan

Berdasarkan uraian di atas, kaidah kebahasaan teks persuasif terdiri dari enam hal. Enam hal tersebut di antaranya pernyataan bujukan, kata ganti ‘kita’, kata teknis, kata penghubung argumentatif, kata kerja mental, dan kata perujukan. Kaidah kebahasaan dapat menjadikan teks tersebut menjadi teks persuasif yang baik.

Menurut Kosasih dan Kurniawan (2018: 147-148) mengemukakan kaidah bahasa teks persuasi sebagai berikut.

- 1) Teks persuasi ditandai dengan kata-kata harus, hendaknya, sebaiknya, usahakanlah, jangan, hindarilah, dan sejenisnya. Selain itu, juga sering ditandai dengan menggunakan kata penting, sepantasnya, dan kata kerja imperatif jadikanlah.
- 2) Menggunakan kata-kata teknis atau peristilahan yang berkenaan dengan topik yang dibahas.
- 3) Menggunakan kata-kata penghubung yang argumentatif. Misalnya, jika... maka, sebab, karena, dengan demikian, akibatnya, oleh karena itu.
- 4) Menggunakan kata-kata kerja mental, seperti berpendapat, berasumsi, menyimpulkan.
- 5) Menggunakan kata-kata rujukan, seperti berdasarkan data..., merujuk pada pendapat....

Berdasarkan uraian di atas, terdapat lima bagian kaidah kebahasaan teks persuasif. Kaidah kebahasaan tersebut di antaranya pernyataan ajakan, kata teknis, kata penghubung argumentatif, kata kerja mental, dan kata perujukan. Adanya kaidah kebahasaan ini agar tulisan yang dibuat dapat menjadi sebuah teks persuasif yang baik.

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, disimpulkan bahwa kaidah kebahasaan teks persuasif di antaranya kata bujukan, kata kerja imperatif, kata teknis, kata penghubung argumentatif, kata ganti, dan kata kerja mental. Kaidah kebahasaan berfungsi sebagai aturan bahasa dalam suatu teks terutama teks persuasif. Kaidah kebahasaan ini menjadi ciri khas yang membedakan teks persuasif dengan teks lainnya.

Kaidah kebahasaan dalam sebuah teks persuasif memiliki peran yang penting. Hal tersebut harus diperhatikan agar teks tersebut menjadi teks persuasif yang baik dan memperlihatkan ciri khas persuasif. Pesan yang ingin diberikan penulis pun dapat disampaikan kepada pembaca sehingga tujuan tercapai dan pembaca mengikuti keinginan penulis.

### **f. Langkah-Langkah Penyusunan Teks Persuasif**

Dalam menulis sebuah tulisan terdapat langkah-langkah yang perlu dilakukan penulis. Langkah-langkah penulisan bertujuan agar teks yang dibuat lebih terarah dan dapat menjadikan teks tersebut mejadi teks yang baik. Langkah-langkah penyusunan teks persuasif diuraikan sebagai berikut.

Menurut Dalman (2016, hlm. 150) ada beberapa langkah atau cara menyusun karangan persuasi di antaranya:

- 1) Menentukan tema atau topik karangan.
- 2) Menentukan tujuan yang mendasar peristiwa atau masalah yang diceritakan.
- 3) Mengumpulkan data yang mendukung keseluruhan cerita dapat diperoleh dari pengalaman atau pengamatan disekitar kita.
- 4) Membuat kerangka karangan. Kerangka karangan dapat disusun berdasarkan urutan peristiwa, waktu, dan sebab akibat.
- 5) Mengembangkan kerangka karangan menjadi kerangka yang menarik.
- 6) Membuat judul karangan.

Berdasarkan uraian terseut, terdapat tujuh langkah dalam menyusun teks persuasi. Langkah-langkah tersebut di antaranya menentukan tema, menentukan tujuan dari masalah yang diangkat, mengumpulkan data, membuat kerangka karangan, mengembangkan kerangka karangan dan membuat judul karangan. Hal ini dilakukan agar terciptanya teks persuasif yang baik.

Menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (2017, hlm. 195) langkah menyusun teks persuasi sebagai berikut:

- 1) Tentukan tema yaitu yang menjadi bujukan utama.
- 2) Susunan perincian berisi tentang pengenalan isi, rangkaian pendapat/fakta, ajakan-ajakan, penegasan kembali.
- 3) Pengumpulan bahan berisi tentang pendapat dan fakta.
- 4) Pengembangan teks berisi tentang memperhatikan struktur dan kaidah kebahasaan.



### 1. 1 Langkah Penyusunan Teks Persuasif

Berdasarkan uraian di atas, ada empat langkah yang diperlukan untuk menyusun teks persuasif. Pertama, tentukan tema yang akan menjadi topik utama. Kedua, susunan perincian berisi isi, fakta dan ajakan. Ketiga, pengumpulan bahan berisi pendapat, fakta, dan data yang menunjang topik utama. Keempat, pengembangan teks dengan memperhatikan struktur dan kebahasaan teks persuasif.

Menurut Suparno dan Yunus (2008, hlm.150) langkah atau menyusun karangan persuasi adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan tema atau topik karangan.
- 2) Menentukan tujuan yang mendasar peristiwa atau yang diceritakan.
- 3) Mengumpulkan data yang mendukung keseluruhan cerita dapat diperoleh dari pengalaman atau pengamatan di sekitar kita.
- 4) Membuat kerangka karangan, kerangka karangan dapat disusun berdasarkan urutan peristiwa, waktu, atau sebab akibat.
- 5) Mengembangkan kerangka karangan menjadi karangan yang menarik.
- 6) Membuat judul karangan.

Berdasarkan uraian tersebut, teks persuasif disusun dengan enam langkah. Pertama, menentukan tema. Kedua, menentukan tujuan. Ketiga, mengumpulkan data. Keempat, membuat kerangka karangan. Kelima, mengembangkan kerangka karangan. Keenam, membuat judul.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, langkah-langkah yang diperlukan untuk menyusun teks persuasif yaitu menentukan tema, tujuan, susunan perincian, pengumpulan bahan, membuat kerangka karangan, mengembangkan kerangka

karangan, dan membuat karangan yang utuh. Langkah-langkah ini hendaknya diterapkan peserta didik supaya penulisan teks persuasif jadi lebih mudah. Selain itu, agar teks persuasif yang disusun juga baik sehingga membuat pembaca percaya dan mengikuti keinginan penulis.

Langkah-langkah menulis harus diperhatikan dengan saksama agar teks persuasif dapat menjadi teks persuasif yang baik. Penulis harus memahami betul apa yang harus dilakukan saat menulis teks tersebut. Demikian hal yang harus dilakukan saat menulis teks persuasif.

## **7. Hakikat Media**

### **a. Media Pembelajaran**

Kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti “tengah”, “perantara”, atau “pengantar”. Dengan kata lain media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan. Arsyad (2017, hlm. 2) mengatakan, “Media pembelajaran adalah bagian yang tidak terpisahkan dari proses belajar mengajar demi tercapainya tujuan pendidikan pada umumnya dan tujuan pembelajaran di sekolah pada khususnya”. Artinya, media bertindak sebagai bagian penting dalam pembelajaran karena dengan adanya media pembelajaran maka tujuan dari pendidikan akan tercapai.

Agustin (2016, hlm. 14) menyatakan bahwa, ”Media pembelajaran dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat membawa informasi dan pengetahuan dalam interaksi yang berlangsung antara pendidik dengan peserta didik”. Dengan menggunakan media pembelajaran, materi atau pelajaran yang ingin disampaikan dapat berjalan dengan lebih baik. Hal ini karena adanya interaksi dua arah antara pendidik dan peserta didik yang berlangsung.

Sejalan dengan hal itu Amka (2018, hlm. 16) menjelaskan tentang media pembelajaran sebagai berikut:

Media pembelajaran dapat didefinisikan sebagai alat bantu berupa fisik maupun non fisik yang sengaja digunakan sebagai perantara antara tenaga pendidik dan peserta didik dalam memahami materi pembelajaran agar lebih efektif dan efisien. Sehingga materi pembelajaran lebih cepat diterima peserta didik dengan utuh serta menarik minat peserta didik untuk belajar lebih lanjut.

Artinya, media pembelajaran adalah alat bantu proses belajar mengajar yang digunakan oleh pendidik untuk memberikan materi kepada peserta didik. Hal

tersebut dilakukan agar peserta didik tidak merasa bosan saat belajar. Sehingga, mereka dapat memahami pelajaran dengan baik

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, media pembelajaran adalah alat penunjang dalam kegiatan belajar mengajar. Di mana media ini bertujuan untuk penyampai pesan atau informasi dari pendidik mengenai materi yang dipelajari untuk diberikan kepada peserta didik. Media pembelajaran juga lebih efisien dan fleksibel.

Penggunaan media dalam pembelajaran akan menarik minat peserta didik sehingga mereka termotivasi untuk mengikuti proses pembelajaran. Selain itu, media pembelajaran akan mendorong tercapainya tujuan dari pembelajaran itu sendiri. Oleh sebab itu, pendidik harus mampu menggunakan teknologi sebagai penunjang dalam kegiatan belajar mengajar.

#### **b. Ciri-Ciri Media**

Media sebagai alat komunikasi memiliki beberapa ciri-ciri. Ciri-ciri media sangatlah beragam. Untuk itu ciri-ciri media akan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Menurut Hamalik dalam Tafonao (2018, hlm. 105-106) terdapat ciri-ciri umum dari media pembelajaran di antaranya:

- 1) Media pembelajaran identik dengan pengertian peragaan yang berasal dari kata “raga”, artinya suatu benda yang dapat diraba, dilihat dan didengar dan yang dapat diamati melalui panca indera.
- 2) Tekanan utama terletak pada benda atau hal-hal yang dapat dilihat dan didengar.
- 3) Media pembelajaran digunakan dalam rangka hubungan (komunikasi) dalam pengajaran antara guru dan siswa.
- 4) Media pembelajaran adalah semacam alat bantu belajar mengajar, baik di dalam maupun di luar kelas.
- 5) Media pembelajaran merupakan suatu “perantara” (medium, media) dan digunakan dalam rangka belajar.
- 6) Media pembelajaran mengandung aspek sebagai alat dan sebagai teknik yang erat pertaliannya dengan metode belajar.

7) Sebagai tindakan operasional, dalam buku ini digunakan pengertian “media pembelajaran”.

Berdasarkan uraian di atas, ciri umum media pembelajaran ada tujuh. Ciri-cirinya yaitu media sebagai alat peraga, dapat dilihat dan didengar, alat komunikasi, alat bantu mengajar, suatu perantara dalam belajar, teknik metode belajar, dan operasional. Penggunaan media pembelajaran dapat menunjang berlangsungnya kegiatan belajar mengajar menjadi lebih baik.

Menurut Fajrin (2019, hlm. 10-11) ciri-ciri media pembelajaran di antaranya sebagai berikut:

1) Ciri Fiksatif (*fixative property*)

Menggambarkan kemampuan media pembelajaran untuk merekam, menyimpan, menampilkan, dan mengkonstruksi suatu peristiwa. Media pembelajaran dengan ciri tersebut yang dapat dikembangkan seperti: photography, video tape, audio tape, file computer, dan film.

2) Ciri manipulatif (*manipulative property*)

Suatu kejadian yang sehari-hari dapat disajikan dalam waktu dua atau tiga menit dengan teknik gambar atau *time-lapse recording*. Kemampuan media dari ciri manipulative diperlukan tim kerja yang memiliki keahlian.

3) Ciri distributif (*distributive property*)

Ciri distributif dari media adalah suatu objek atau kejadian yang disampaikan melalui ruang dan secara bersamaan kejadian dapat disajikan atau digunakan secara berulang-ulang di suatu tempat.

Berdasarkan uraian di atas, ciri media pembelajaran ada tiga di antaranya fiksatif, manipulatif, distributif. Pertama, fiksatif yaitu kemampuan merencanakan pembuatan media. Kedua, manipulatif yaitu memanipulasi kejadian dengan mengedit hasil rekaman yang dapat menghemat waktu penayangan tanpa menghilangkan bagian yang menjadi inti dari rekamannya. Ketiga, distributif yaitu objek atau kejadian dapat disajikan kapan saja, di mana saja, dan berulang.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, ciri umum media pembelajaran ada tiga. Ciri-cirinya yaitu fiksatif, manipulatif, dan distributif. Pertama, fiksatif yaitu kemampuan merencanakan dan mengolah sebuah objek atau kejadian ke dalam sebuah alat. Kedua, manipulatif yaitu kemampuan memanipulasi suatu objek atau

kejadian dengan menghemat waktu penayangan tanpa menghilangkan inti rekaman. Ketiga, distributif yaitu media sebagai alat komunikasi dalam menyampaikan pesan. Selain ketiga ciri tersebut terdapat juga ciri lain yaitu media sebagai alat peraga yang dapat terlihat dan terdengar dan sebagai alat bantu mengajar.

Media adalah alat perantara untuk menyampaikan pesan atau informasi. Oleh karena itu, media digunakan juga dalam pembelajaran. Penggunaan media dalam pembelajaran dapat meningkatkan minat belajar peserta didik karena dapat merangsang pikiran juga perasaannya, sehingga mereka tidak bosan dan dapat menerima pesan atau informasi dengan baik.

### **c. Fungsi dan Manfaat Media**

Media memiliki berbagai macam fungsi dan manfaat. Pada prinsipnya fungsi atau manfaat utama media adalah alat untuk menyampaikan pesan atau informasi. Fungsi dan manfaat media diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Menurut Amka (2018, hlm. 19) fungsi media pembelajaran, dapat juga dilihat dari segi perkembangan media itu sendiri, yaitu:

- 1) Pada mulanya media berfungsi sebagai alat bantu mengajar.
- 2) Dengan masuknya audio-visual instruction, media berfungsi memberikan pengalaman konkrit kepada peserta didik.
- 3) Munculnya teori komunikasi menyebabkan media mempunyai fungsi sebagai alat penyalur pesan atau informasi belajar.
- 4) Adanya penggunaan pendekatan sistem dalam pembelajaran, media berfungsi sebagai bagian integral dalam program pembelajaran.
- 5) Akhirnya, media bukan saja sekedar berfungsi sebagai peraga bagi tenaga pendidik, tetapi pembawa informasi atau pesan pembelajaran yang dibutuhkan peserta didik (Soeharto, 2003: 106).

Berdasarkan uraian di atas, media berfungsi sebagai alat bantu mengajar, memberikan pengalaman nyata, penyalur pesan atau informasi, dan bagian yang menjadi satu kesatuan dengan program pembelajaran. Oleh karena itu, media digunakan agar pelaksanaan pembelajaran berjalan dengan baik. Sehingga, penyampaian informasi dapat diterima.

Adapun manfaat media pembelajaran menurut Agustin (2016, hlm. 15-16) adalah:

- 1) Media pembelajaran dapat memperjelas penyajian pesan dan informasi sehingga dapat memperlancar dan meningkatkan proses dan hasil belajar.
- 2) Media pembelajaran dapat meningkatkan dan mengarahkan perhatian anak sehingga dapat menimbulkan motivasi belajar, interaksi yang lebih langsung antara siswa dan lingkungannya, dan kemungkinan siswa untuk belajar sendiri-sendiri sesuai dengan kemampuan dan minatnya.
- 3) Media pembelajaran dapat mengatasi keterbatasan indera, ruang, dan waktu.
- 4) Media pembelajaran dapat memberikan kesamaan pengalaman kepada siswa tentang peristiwa-peristiwa di lingkungan mereka, serta memungkinkan terjadinya interaksi langsung dengan guru, masyarakat, dan lingkungannya misalnya melalui karyawisata, kunjungan-kunjungan ke museum atau kebun binatang.

Berdasarkan uraian di atas, media memiliki empat manfaat. Pertama, untuk membuat lebih jelas pesan dan informasi. Kedua, untuk meningkatkan dan mengarahkan perhatian anak. Ketiga, agar indera, ruang, dan waktu tidak terbatas. Keempat, agar peserta didik mendapatkan pengalaman antarsesama dan merasakan interaksi langsung dalam lingkungan masyarakat.

Menurut Fajrin (2019, hlm. 11-12) manfaat media pembelajaran secara umum adalah memperlancar interaksi antara penyaji dengan penerima serta membantu belajar secara optimal. Kemudian, diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

- 1) Penyampaian materi ajar dapat diseragamkan  
Melalui media, penafsiran yang beragam ini dapat disampaikan kepada penerima secara ragam.
- 2) Proses pembelajaran menjadi lebih menarik  
Media dapat menyampaikan informasi yang dapat didengar dan dapat dilihat, sehingga dapat mendeskripsikan prinsip, konsep, proses atau prosedur yang bersifat abstrak dan tidak lengkap menjadi lebih jelas dan lengkap.
- 3) Proses pembelajaran menjadi lebih interaktif  
Media dapat membantu melakukan komunikasi dua arah secara aktif.
- 4) Waktu belajar mengajar lebih efisien

- 5) Proses pembelajaran dapat terjadi dimana dan kapan saja
- 6) Proses belajar dapat ditingkatkan

Penggunaan media dapat membantu penerima dalam menyerap materi ajar secara lebih mendalam dan utuh.

Berdasarkan uraian di atas, media memiliki enam manfaat. Manfaat tersebut yaitu media dapat menyampaikan materi ajar yang sama, media lebih menarik, interaktif, efisien, fleksibel, dan meningkatkan proses belajar. Penggunaan media dapat memberikan pengaruh yang positif dalam pembelajaran di sekolah.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, media berfungsi sebagai alat bantu yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalam pembelajaran yang dapat memudahkan peserta didik. Media tidak terbatas ruang dan waktu sehingga informasi atau pesan yang disalurkan akan tetap tersampaikan dan peserta didik bisa mendapatkan pengalaman yang sama. Oleh sebab itu, media diperlukan dalam pembelajaran.

Pendidik sebagai fasilitator harus memberikan upaya maksimal dalam memberikan pengajaran kepada peserta didik. Media pembelajaran dapat digunakan sebagai penunjang proses pembelajaran agar tidak menjemukan dan minat peserta didik dalam belajar pun dapat terbangun. Hal tersebut akan membuat tujuan dari pembelajaran dapat tercapai.

#### **d. Jenis-Jenis Media**

Jenis-jenis media sangat banyak ragamnya. Namun, secara garis besar media memiliki tiga jenis. Jenis-jenis tersebut diuraikan sebagai berikut.

Menurut Agustin (2016, hlm. 22-23) terdapat tiga jenis media di antaranya:

- 1) Dilihat dari jenisnya
  - a) Media auditif, media yang hanya mengandalkan kemampuan suara saja, seperti radio, cassette recorder, piringan hitam.
  - b) Media visual, media yang hanya mengandalkan indra penglihatan. Media visual ini ada yang menampilkan gambar diam seperti film strip (film rangkai), slides (film bingkai) foto, gambar atau lukisan, dan cetakan. Ada pula gambar visual yang menampilkan gambar atau simbol yang bergerak seperti film bisu, dan film kartun.
  - c) Media audiovisual, media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar.

## 2) Dilihat dari daya liputnya

- a) Media dengan daya liput luas dan serentak. Penggunaan media ini tidak terbatas oleh tempat dan ruang serta dapat menjangkau jumlah anak didik yang banyak dalam waktu yang sama. Contohnya: radio dan televisi.
- b) Media dengan daya liput yang terbatas oleh ruang dan tempat. Seperti film, sound slide, film rangkai, yang harus menggunakan tempat yang tertutup dan gelap.
- c) Media untuk pengajaran individual. Media ini penggunaannya hanya untuk seorang diri, termasuk media ini adalah modul berprogram dan pengajaran melalui komputer.

## 3) Dilihat dari bahan pembuatannya

- a) Media sederhana. Media ini bahan dasarnya mudah diperoleh dan harganya murah, cara pembuatannya mudah dan penggunaannya tidak sulit.
- b) Media kompleks. Media ini adalah media yang bahan dan alat pembuatannya sulit diperoleh serta mahal harganya, sulit membuatnya, dan penggunaannya memerlukan keterampilan yang memadai.

Berdasarkan uraian di atas, media terbagi jadi tiga. Pertama, dilihat dari jenisnya media terbagi lagi menjadi tiga yaitu auditif, visual, dan audiovisual. Kedua, dilihat dari daya liputnya media terbagi lagi jadi tiga yaitu daya liput luas dan serentak, daya liput yang terbatas oleh ruang dan tempat, dan pengajaran individual. Ketiga, dilihat dari bahan pembuatannya terbagi jadi dua yaitu sederhana dan kompleks.

Menurut Maulana (2017, hlm 11-16) jenis - jenis media pembelajaran yaitu:

### 1) Media Cetak

Media cetak merupakan media sederhana dan mudah diperoleh dimana dan kapan saja. Selain itu, relatif murah dan dapat dijangkau pada toko-toko terdekat. Contohnya, buku, brosur, Leaflet, modul, lembar kerja siswa, dan handout termasuk bagian - bagian dari media cetak.

### 2) Media Pameran (Display)

Media pameran mencakup benda nyata (realita) dan benda tiruan (replica dan model). Realia adalah benda asli yang digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi. Realia tidak dapat dimanipulasi dan tidak mengalami

perubahan sama sekali. Penggunaan realita dalam ruang kelas dapat member motivasi dan menarik perhatian peserta didik karena dapat melihat bendanya secara langsung. Model adalah benda- benda pengganti yang fungsinya untuk menggantikan benda sebenarnya.

### 3) Media Audio

Media audio adalah jenis media yang digunakan dalam proses pembelajaran dengan hanya melibatkan indera pendengaran sangat efektif memproses informasi yang diperoleh dari sumber- sumber informasi. Media audio mencakup radio alat perekam pita magnetic, piringan hitam dan laboratorium bahasa, audiotape, compact disc (CD) MP3 , MP4.

### 4) Media Visual

Media visual mencakup gambar, table, grafik, poster, karton (media nonprojector) dan kamera, OHP, slide, gambar digital (CD- Room, foto CD, DVDRoom dan disket computer), dan panel proyeksi liquid crystal display (LCD) yang dihubungkan dengan komputer ke layar (media visual projected).

### 5) Media Video

Media video adalah semua format media elektronik yang menggunakan gambar bergerak yang menyampaikan pesan. Video adalah gambar yang bergerak yang direkam pada tape atau CD yang setiap bentuknya berbeda ukurannya, bentuknya, kecepatannya, metode perekaman, dan mekanisme kerjanya. Format video yang sangat umum digunakan adalah videotape, DVD, Videodisc, dan Internet Video.

### 6) Multimedia

Multimedia adalah penggabungan penggunaan teks, gambar, animasi, foto, video, dan suara untuk menyajikan informasi.

### 7) Perangkat Komputer

Perangkat Komputer telah membentuk jaringan yang mendunia. Perangkat komputer mencakup youtube, audio streaming dapat termasuk perangkat lunak yang dapat digunakan untuk belajar mandiri dengan mudah dapat diunduh dari berbagai alamat situs online.

Berdasarkan pernyataan tersebut, terdapat tujuh macam media. Macam-macam media tersebut yaitu cetak, display, audio, visual, video, multimedia, dan

perangkat komputer. Berbagai macam media tersebut dapat menjadi pilihan pendidik dalam pembelajaran.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, jenis media sangatlah beragam. Namun, jenis-jenis media tersebut dapat digolongkan ke dalam tiga kelompok besar yaitu berdasarkan jenisnya, daya liputnya, dan bahan pembuatannya. Klasifikasi utama media terdiri dari tiga unsur pokok yaitu suara, visual dan gerak.

Media memiliki banyak manfaat terutama bila digunakan dalam pembelajaran. Ragamnya media akan mempermudah dalam menyampaikan pesan atau informasi. Oleh karena itu, media-media banyak digunakan dalam berbagai kegiatan.

## **8. Hakikat Iklan**

### **a. Pengertian**

Media massa sangatlah beragam salah satunya adalah iklan. Iklan merupakan salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai mengenai suatu barang atau jasa. Nurfebriani (2017, hlm. 3) mengatakan, “Iklan adalah bentuk pesan non personal tentang suatu produk atau perusahaan yang disampaikan melalui media dan ditujukan kepada khalayak. Maksud dari non personal adalah iklan dibuat untuk konsumsi massa yang banyak”. Berdasarkan pernyataan tersebut, iklan adalah pesan yang dimuat di media massa untuk menunjukkan suatu produk atau perusahaan kepada masyarakat.

Kemudian, Janna (2016, hlm. 28-29) menyatakan, “Iklan adalah proses penyampaian pesan berupa produk atau melalui media massa, dengan tujuan untuk membujuk para konsumen/khalayak menggunakan dan memberikan pesan merek terhadap suatu produk atau jasa pengiklan/produsen”. Artinya, iklan adalah suatu media untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa kepada khalayak ramai. Hal ini dilakukan agar pembeli/konsumen tertarik untuk membeli barang atau mengikuti keinginan pengiklan.

Senada dengan hal itu Dewi (2015, hlm. 20) menyatakan, “Iklan adalah suatu sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan kepada masyarakat”. Berdasarkan pernyataan tersebut, iklan merupakan salah satu bentuk

komunikasi tidak langsung. Iklan dilakukan melalui media massa, di mana itu digunakan untuk memberikan informasi kepada khalayak ramai.

Menurut Morissan (2014, hlm. 17) mengatakan, “Iklan juga diartikan sebagai salah satu wujud ragam bahasa, karena iklan merupakan bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, atau ide yang dibayar oleh sponsor yang diketahui. Iklan mengandung daya informatif persuasif karena memilih kata-kata yang dimengerti oleh khalayak pembaca. Di samping memiliki daya informatif persuasif, iklan juga mempunyai sifat khas yang menjadi karakteristiknya, yaitu singkat, padat, sederhana, netral, dan menarik”. Artinya, iklan adalah salah satu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau mengajak pembaca agar tertarik dengan yang diiklankan.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, iklan adalah salah satu sarana berkomunikasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat atau khalayak ramai. Iklan bertujuan untuk membujuk para pembaca melakukan sesuatu, membeli sesuatu, atau menggunakan sesuatu baik berupa jasa, produk, dan sebagainya. Sehingga, tujuan atau maksud yang disampaikan oleh penulis atau pengiklan dapat tercapai.

Iklan banyak dipergunakan dalam kegiatan sehari-hari. Hampir di berbagai tempat dan media banyak ditemukan iklan-iklan seperti iklan makanan, jasa, dan sebagainya. Dengan adanya iklan, pembaca mengetahui suatu produk atau jasa dari produsen atau lembaga tertentu sehingga mereka tertarik untuk membeli produk atau menggunakan jasa tersebut. Hal itu menunjukkan bahwa iklan sangatlah bermanfaat dalam kehidupan dan dapat memberikan keuntungan bagi pengiklan itu sendiri ataupun orang lain.

#### **b. Fungsi Iklan**

Dalam iklan pastinya terdapat fungsi yang bermacam-macam tergantung kebutuhan iklan itu sendiri. Pada prinsipnya fungsi utama iklan adalah alat untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak ramai mengenai sebuah produk atau jasa. Fungsi-fungsi iklan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Menurut Swastha (2002, hlm. 245) fungsi periklanan antara lain:

1) Memberikan informasi

Iklan dapat memberikan informasi lebih banyak daripada lainnya, baik tentang barangnya, harganya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan bagi konsumen.

2) Membujuk atau mempengaruhi

Dengan adanya iklan, perusahaan berusaha untuk mempengaruhi dan meyakinkan masyarakat akan kelebihan produknya, sehingga masyarakat terpengaruh dan akhirnya melakukan tindakan pembelian.

3) Menciptakan kesan (*image*)

Pemasangan iklan selalu berusaha untuk menciptakan iklan yang sebaik-baiknya, baik menggunakan warna, ilustrasi, bentuk, dan *layout* yang menarik. Terkadang pembeli sebuah barang tidak melakukan secara rasional atau memperhatikan nilai ekonomisnya, tetapi lebih terdorong untuk mempertahankan atau mempertimbangkan gengsi, seperti pembelian rokok, kendaraan roda empat, dan sebagainya.

4) Memuaskan Keinginan

Sebelum memilih dan membeli produk, terkadang pembeli ingin mengetahui terlebih dahulu kelebihan dan kekurangan dari barang itu.

Berdasarkan pernyataan pakar tersebut, dapat disimpulkan bahwa iklan memiliki tiga fungsi. Pertama, untuk menginformasikan sesuatu. Kedua, untuk membujuk atau mempengaruhi. Ketiga, untuk menciptakan kesan. Keempat, untuk memuaskan keinginan.

Menurut Shimp dalam Pratama (2017, hlm. 10) fungsi periklanan meliputi:

1) Memberi Informasi

Periklanan dapat memberitahukan pasar tentang suatu produk baru dan perubahan harga, menyusulkan kegunaan suatu produk baru menjelaskan cara kerja, dan membangun citra perusahaan.

2) Membujuk

Periklanan dapat membentuk preferensi merek, mengubah persepsi konsumen tentang atribut produk, mengajak konsumen untuk mencoba produk atau jasa yang diiklankan dan membujuk konsumen untuk membeli sekarang.

### 3) Mengingat

Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen dan meningkatkan minat konsumen terhadap merek yang sudah ada.

### 4) Memberikan Nilai Tambah

Periklanan memberikan nilai tambah pada merek dengan mempengaruhi persepsi konsumen, sehingga seringkali merek dipandang sebagai lebih elegan, lebih bergaya dan biasa lebih unggul dari tawaran pesaing.

Berdasarkan uraian tersebut, fungsi iklan terbagi menjadi empat. Pertama, memberikan penjelasan mengenai suatu produk. Kedua, membujuk konsumen tentang merek atau produk yang diiklankan. Ketiga, mengingatkan konsumen tentang merek suatu perusahaan. Keempat, memberikan nilai tambah.

Menurut Terence dalam Marhaeni K. (2020, hlm. 3) fungsi periklanan di antaranya:

#### 1) *Informing* atau memberi informasi.

Iklan membuat konsumen sadar (*aware*) akan merek-merek baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra merek yang positif.

#### 2) *Persuading*

Iklan yang efektif akan mampu mempersuasi (membujuk pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang diiklankan) persuasi mempengaruhi permintaan primer (menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk) dan berupaya mempengaruhi permintaan sekunder (permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik).

#### 3) *Reminding*

Periklanan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Periklanan lebih jauh didemonstrasikan untuk mempengaruhi pengalihan merek (*brand switching*) dengan mengingatkan konsumen yang membeli suatu merek yang tersedia dan mengandung atribut-atribut yang menguntungkan.

#### 4) *Adding value*

Iklan memberi nilai tambah yang berupa inovasi, penyempurnaan kualitas atau mengubah persepsi konsumen. Periklanan mempengaruhi persepsi konsumen.

Periklanan yang efektif menyebabkan merek dipandang sebagai lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi dan bisa lebih unggul dari tawaran pesaing.

5) *Assisting* (mendampingi).

Periklanan memberi bantuan untuk upaya lain perusahaan. Periklanan hanya salah satu anggota atau alat dari bauran komunikasi pemasaran.

Berdasarkan uraian di atas, fungsi periklanan terdiri lima fungsi. Lima fungsi tersebut di antaranya *informing*, *persuading*, *remaining*, *adding value*, dan *assisting*. Yang utama di dalam iklan adalah memberikan informasi dan membujuk konsumen untuk melaksanakan keinginan penulis.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, fungsi iklan terbagi menjadi beberapa fungsi. Fungsi iklan tersebut di antaranya memberikan informasi, membujuk, menciptakan kesan, memuaskan keinginan, mengingat, memiliki nilai tambah, dan mendampingi. Meski begitu fungsi utama tetap dari iklan adalah untuk menyampaikan informasi kepada orang banyak.

Penggunaan iklan dalam kehidupan sehari-hari sangat penting. Iklan dapat mendorong pembaca untuk membeli suatu barang atau menggunakan pelayanan/jasa tertentu. Oleh karena itu, melalui iklan diharapkan pesan yang ingin disampaikan penulis dapat tercapai.

### c. Tujuan Iklan

Iklan memiliki berbagai tujuan. Tujuan iklan tersebut tergantung kepada penulisnya itu sendiri. Dengan mengetahui tujuan penulisan kita dapat mengetahui pesan yang akan disampaikan. Tujuan-tujuan iklan akan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Menurut Putra (2018, hlm. 44-45) tujuan periklanan antara lain:

1) *Informative Advertising* (iklan informatif)

*Aim to create brand awareness and knowledge of new products or new features of existing products.*

Bertujuan untuk penciptaan *brand awareness* dan pemberitahuan akan produk baru atau fitur produk baru yang ada.

2) *Persuasive Advertising* (iklan persuasif)

*Aims to create liking, preference, conviction, and purchase, conviction, and purchase of a product of a product or service. Some persuasive advertising is*

*comparative advertising, which explicitly compares the attribute of two or more brand.*

Bertujuan untuk penciptaan rasa suka, preferensi, keyakinan, dan pembelian, keyakinan, dan pembelian produk atau layanan. Beberapa iklan persuasif iklan komparatif, yang secara eksplisit membandingkan atribut dua atau lebih banyak merek.

3) *Reminder Advertising* (iklan pengingat)

*Aims to stimulate repeat purchase of products and service.*

Bertujuan untuk merangsang pengulangan purchase produk dan layanan.

4) *Reinforcement Advertising* (iklan penguatan)

*Aims to convince current purchasers they made the right choice. Automobile ads often depict satisfied customers enjoying special features of their new car.*

Bertujuan untuk meyakinkan para purchaser saat ini bahwa mereka membuat pilihan yang tepat. Mobil iklan sering kali menggambarkan pelanggan yang puas menikmati fitur khusus baru mereka mobil.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat empat tujuan iklan. Pertama, membuat pembeli sadar akan suatu merek dan memberikan pengetahuan akan produk baru. Kedua, menciptakan rasa suka dan keyakinan pembeli terhadap produk atau layanan. Ketiga, merangsang pengulangan pembeli produk dan layanan. Keempat, memberi keyakinan pada pembeli bahwa mereka membuat pilihan yang tepat dengan membeli atau mengikuti iklan yang ditayangkan.

Machfoedz (2005, hlm. 90) mengungkapkan tujuan periklanan yaitu sebagai berikut:

1) Menginformasikan

- a) Memberi informasi kepada pasar tentang produk baru .
- b) Mengajukan cara baru penggunaan produk baru.
- c) Menginformasikan perubahan harga kepada pasar.
- d) Menerangkan cara kerja produk baru.
- e) Mengoreksi kesan yang salah.
- f) Menurunkan tingkat kekhawatiran pembeli.
- g) Membangun citra perusahaan .

- 2) Menganjurkan
  - a) Membangun preferensi merek.
  - b) Memotivasi konsumen agar mengalihkan perhatian dari merek yang telah digunakan kemerek yang telah diiklankan oleh suatu perusahaan.
  - c) Menganjurkan konsumen agar segera membeli.
  - d) Menganjurkan konsumen agar menerima kunjungan penjualan.
- 3) Mengingat
  - a) Mengingat konsumen bahwa produk yang diiklankan mungkin diperlukan pada waktu yang akan datang.
  - b) Mengingat konsumen tentang tempat penjualan produk yang diiklankan.
  - c) Mempertahankan agar konsumen tetap mengingat produk yang diiklankan.
  - d) Menjaga agar produk yang diiklankan berada pada urutan pertama dalam ingatan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, iklan terbagi menjadi tiga tujuan utama. Tiga tujuannya yaitu menginformasikan, menganjurkan, dan mengingat. Tujuan-tujuan tersebut dikelompokkan berdasarkan pesan yang ingin disampaikan.

Duriant dalam Idris (2017, hlm. 9) tujuan umum iklan adalah sebagai berikut.

- 1) Menciptakan kesadaran pada suatu merek dibenak konsumen.
- 2) Mengkomunikasikan informasi kepada konsumen mengenai atribut dan manfaat suatu merek.
- 3) Mengembangkan atau merubah citra atau personalitas sebuah merek.
- 4) Mengasosiasikan suatu merek dengan perasaan serta emosi.
- 5) Menciptakan norma-norma kelompok.
- 6) Mengedepankan perilaku konsumen.
- 7) Menarik calon konsumen menjadi konsumen yang loyal dalam jangka waktu tertentu.
- 8) Mengarahkan konsumen untuk membeli produknya dan mempertahankan market *power* perusahaan.
- 9) Mengembangkan sikap positif calon konsumen yang diharapkan dapat menjadi pembeli potensial dimasa yang akan datang.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan iklan ada sembilan. Pertama, memberi tahu mengenai adanya suatu merek kepada konsumen. Kedua, memberikan informasi mengenai manfaat suatu merek. Ketiga, mengembangkan kesan sebuah merek. Keempat, menghubungkan merek dengan perasaan/emosi. Kelima, menciptakan norma-norma kelompok. Keenam, memprioritaskan konsumen. Ketujuh, menarik konsumen. Kedelapan, mengarahkan konsumen membeli produk dan mempertahankan kekuatan perusahaan. Kesembilan, mengembangkan sikap konsumen agar mereka tetap menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, iklan memiliki banyak tujuan,. Tujuan-tujuan tersebut dapat dikategorikan menjadi empat tujuan utama. Tujuan iklan di antaranya untuk menyampaikan informasi, untuk mengajak/menganjurkan, untuk menguatkan, dan terakhir untuk mengingatkan. Selain itu, terdapat tujuan lain seperti untuk mengembangkan kesan sebuah merek, menghubungkan merek dengan perasaan/emosi, menciptakan norma-norma kelompok, dan mengembangkan sikap konsumen.

Setiap iklan pasti memiliki maksud yang ingin disampaikan kepada orang lain. Maksud tersebut didasarkan pada barang, jasa, anjuran, dan hal lainnya yang menjadi merek suatu perusahaan. Tujuan dari iklan haruslah jelas dan dapat dipahami, agar para pembaca berminat dan memiliki keinginan untuk melakukan sesuatu seperti menggunakan suatu jasa/pelayanan atau membeli suara barang.

#### **d. Jenis-Jenis Iklan**

Iklan memiliki bermacam-macam jenis. Jenis-jenis iklan tergantung kepada tujuan penulisannya. Jenis-jenis iklan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Menurut Janna (2016, hlm. 24) bentuk-bentuk iklan terdiri dari beberapa jenis yang digolongkan menjadi tujuh kategori utama, yakni:

- 1) Iklan konsumen, yaitu suatu bentuk iklan yang mempromosikan produk - produk yang secara umum dikonsumsi atau digunakan masyarakat.
- 2) Iklan antarbisnis, yaitu iklan yang mempromosikan produk-produknya kepada perusahaan-perusahaan lain dan tidak kepada konsumen.
- 3) Iklan perdagangan, yaitu iklan yang dibuat secara khusus untuk ditujukan kepada agen, distributor, dan pedagang-pedagang besar.

- 4) Iklan eceran, yaitu iklan yang dibuat oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya kepada pihak-pihak pengecer.
- 5) Iklan keuangan, yaitu iklan ini sering juga kita lihat di berbagai media seperti iklan bank, iklan tabungan, iklan asuransi, iklan investasi, dll.
- 6) Iklan langsung, yaitu iklan yang menggunakan media pos dan langsung sampai kepada tujuan misalnya iklan dengan menggunakan e-mail.
- 7) Iklan rekrutmen, yaitu bentuk dari iklan yang tujuan utamanya merekrut pegawai atau pekerja yang tentunya sesuai dengan persyaratan.

Berdasarkan uraian tersebut, iklan terbagi menjadi tujuh jenis. Jenis-jenis iklan tersebut di antaranya iklan konsumen, iklan antarbisnis, iklan perdagangan, iklan eceran, iklan keuangan, iklan langsung, dan iklan rekrutmen. Jenis iklan ini diperoleh berdasarkan tujuan personal, pedagang, ataupun suatu perusahaan.

Kuswandi (1996, hlm. 81) membagi iklan di media massa menjadi 2, yaitu:

1) Iklan komersial

Iklan komersial adalah bentuk persuasi suatu barang produksi atau jasa melalui media massa dalam bentuk bayangan gambar maupun bahasa yang diolah melalui film ataupun berita.

2) Iklan layanan masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah bentuk tayangan gambar baik drama, film, musik, maupun bahasa yang mengarahkan permirsa atau khalayak sasaran agar berbuat atau bertindak seperti dianjurkan atas tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, iklan di media massa terbagi menjadi dua jenis. Pertama, iklan komersial yaitu iklan yang berisi tentang ajakan untuk pembelian atau penggunaan suatu barang produksi atau jasa. Kedua, iklan layanan masyarakat yaitu iklan yang berisi ajakan kepada masyarakat agar melakukan sesuatu atau bertindak seperti yang dianjurkan.

Tjiptono (2005, hlm. 227) mengelompokkan iklan ke dalam tiga aspek di antaranya:

1) Dari aspek isi pesan

- a) *Product advertising*, yaitu iklan yang berisi informasi produk (barang dan jasa) suatu perusahaan. Ada dua jenis iklan yang termasuk kategori ini, yaitu :

- (1) *Direct-action advertising*, yaitu iklan produk yang didesain sedemikian rupa untuk mendorong tanggapan segera dari khalayak atau pemirsa
  - (2) *Indirect-action advertising*, yaitu iklan produk yang didesain untuk menumbuhkan permintaan dalam jangka panjang.
- b) *Institutional advertising*, yaitu iklan yang didesain untuk memberi informasi tentang usaha bisnis pemilik iklan dan membangun *goodwill* serta *image* positif bagi organisasi. *Institutional advertising* terbagi atas:
- (1) *Patronage advertising*, yakni iklan yang menginformasikan usaha bisnis pemilik iklan.
  - (2) Iklan layanan masyarakat (*public service advertising*), yakni iklan yang menunjukkan bahwa pemilik iklan adalah warga yang baik, karena memiliki kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
- 2) Dari aspek tujuan
- a) *Pioneering advertising (informative advertising)*, yaitu iklan yang berupaya menciptakan permintaan awal (*primary demand*).
  - b) *Competitive advertising (persuasive advertising)*, yaitu iklan yang berupaya mengembangkan pilihan pada merek tertentu.
  - c) *Reminder advertising*, yaitu iklan yang berupaya melekatkan nama atau merek produk tertentu di benak khalayak.
- 3) Dari aspek pemilik iklan. Ada dua jenis iklan berdasarkan aspek pemilik iklan, yaitu :
- a) *Vertical cooperative advertising*, yaitu iklan bersama para anggota saluran distribusi, misalnya di antara para produsen, pedagang, grosir, agen, dan pengecer.
  - b) *Horizontal cooperative advertising*, yaitu iklan bersama dari beberapa perusahaan sejenis.

Berdasarkan uraian tersebut, iklan dibagi menjadi tiga aspek. Pertama, aspek isi pesan di antaranya ada iklan yang berisi informasi produk (*Product advertising*) dan iklan untuk memberi informasi tentang usaha bisnis (*Institutional advertising*). Kedua, aspek tujuan di antaranya *Pioneering advertising*, *Competitive advertising*, dan *Reminder advertising*. Ketiga, aspek pemilik iklan di

antaranya *Vertical cooperative advertising* dan *Horizontal cooperative advertising*.

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, iklan terbagi menjadi tiga aspek. Tiga aspek tersebut berdasarkan isi pesan, tujuan, dan pemilik iklan. Di mana kategori utama dan media massa termasuk ke dalam aspek-aspek tersebut.

Penggunaan iklan sudah banyak diterapkan dalam kehidupan sehari-hari baik iklan yang berupa digital ataupun iklan konvensional. Tujuan iklan disesuaikan dengan kebutuhan iklan itu sendiri. Oleh karena itu, penulis harus memahami betul apa tujuannya dalam menulis iklan.

## **9. Pembelajaran Moda Daring**

### **a. Pengertian**

Adanya pandemi COVID-19 mempengaruhi berbagai sektor bidang di dunia salah satunya adalah bidang pendidikan. Pelaksanaan pembelajaran yang semula dilakukan secara tatap muka kemudian beralih menjadi daring atau dalam jaringan. Hal ini dilakukan agar pendidikan terjamin dengan tetap berlangsungnya kegiatan belajar mengajar. Oleh karena itu, guru sebagai pendidik dan fasilitator dituntut untuk meningkatkan kreativitasnya dalam pembelajaran. Pembelajaran moda daring adalah bentuk atau jenis pembelajaran dalam jaringan. Isman (2016, hlm. 587) menyatakan, “Pembelajaran moda daring merupakan pemanfaatan jaringan internet dalam proses pembelajaran”. Berdasarkan pernyataan tersebut, pembelajaran daring adalah pembelajaran yang dilakukan melalui penggunaan jaringan internet dalam pelaksanaannya.

Khasanah (2020, hlm. 14-15) menyatakan, “Istilah yang digunakan adalah dalam jaringan dapat disingkat dengan daring. Penggunaan kata tersebut merupakan kata ganti dari *online* menjadi daring yang artinya adalah komunikasi maupun pertemuan yang dilakukan dengan menggunakan jaringan internet. Dalam proses pembelajaran program *online* (daring) tentunya menggunakan koneksi internet dimana jaringan yang dapat menghubungkan antara satu dengan yang lainnya”. Berdasarkan pernyataan tersebut, pembelajaran daring yaitu pembelajaran yang pelaksanaannya dengan menggunakan jaringan internet dan dapat menghubungkan satu dengan lainnya.

Malyana (2020, hlm. 71) menyatakan, “Pembelajaran daring adalah metode belajar yang menggunakan model interaktif berbasis Internet dan *Learning Manajemen System* (LMS). Seperti menggunakan *Zoom*, *Google Meet*, *Google Drive*, dan sebagainya”. Berdasarkan pernyataan tersebut, pembelajaran daring adalah metode dalam kegiatan belajar mengajar yang kegiatannya berbasis sistem manajemen pembelajaran. Selain itu, pembelajaran yang dilakukan menggunakan internet seperti *Zoom*, *Google Meet*, dan sebagainya.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, pembelajaran daring yaitu pembelajaran interaktif yang proses pelaksanaannya dilakukan melalui penggunaan jaringan internet. Di mana hal itu bisa menghubungkan antara pendidik dan peserta didik, antar peserta didik, dan lainnya. Beberapa contoh pembelajaran daring yang dapat digunakan seperti *Zoom*, *Google Meet*, dan sebagainya.

Pembelajaran daring sangatlah bermanfaat terutama di era pandemi COVID-19. Hal ini membantu akan berlangsungnya kegiatan belajar mengajar. Selain itu, pembelajaran daring dapat meningkatkan keterampilan dalam menghadapi kehidupan abad ke-21. Hal ini karena dengan adanya pembelajaran daring kita diharuskan menggunakan berbagai teknologi yang dapat diterapkan dalam pembelajaran dan kita juga diharuskan untuk beradaptasi dengan globalisasi, perkembangan tersebut memberikan pengaruh terhadap proses pembelajaran.

#### **b. Karakteristik Pembelajaran Daring**

Pembelajaran daring memiliki beberapa karakteristik. Meski begitu, karakteristik utama dari pembelajaran daring adalah proses pembelajarannya dilakukan secara *online* dan dengan menggunakan jaringan internet. Karakteristik-karakteristik pembelajaran daring akan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Menurut Isman (2016, hlm. 587) pendekatan pembelajaran moda daring memiliki karakteristik sebagai berikut.

- 1) Menuntut pembelajar untuk membangun dan menciptakan pengetahuan secara mandiri (*constructivism*);
- 2) Pembelajar saling berkolaborasi dalam pembangunan pengetahuan dan pemecahan masalah secara bersama-sama (*social constructivism*);
- 3) Membentuk suatu komunitas pembelajar (*community of learners*) yang inklusif;

- 4) Memanfaatkan media laman (website) yang bisa diakses melalui internet, pembelajaran berbasis komputer, kelas virtual, dan atau kelas digital;
- 5) Interaktivitas, kemandirian, aksesibilitas, dan pengayaan (Ditjen GTK 2016, hlm.6).

Berdasarkan pernyataan tersebut, pembelajaran daring memiliki beberapa karakteristik. Pertama, dengan adanya pembelajaran daring peserta didik dapat belajar secara mandiri sehingga mereka akan mencari, mendapatkan, dan mengolah pengetahuan yang dimilikinya secara lebih dalam. Kedua, antar peserta didik dapat berbagi pengetahuan yang didapatnya masing-masing sehingga mereka dapat bekerja sama untuk memecahkan masalah yang ada. Ketiga, adanya komunitas pembelajar inklusif. Keempat, dapat meningkatkan kemampuan dalam menggunakan teknologi. Kelima, adanya interaktivitas, kemandirian, aksesibilitas, dan pengayaan.

Tung dalam Mustofa, dkk. (2019, hlm. 154) menyatakan karakteristik dalam pembelajaran daring antara lain:

- 1) Materi ajar disajikan dalam bentuk teks, grafik dan berbagai elemen multimedia.
- 2) Komunikasi dilakukan secara serentak dan tak serentak seperti *video conferencing*, *chats rooms*, atau *discussion forums*.
- 3) Digunakan untuk belajar pada waktu dan tempat maya.
- 4) Dapat digunakan berbagai elemen belajar berbasis CD-ROM untuk meningkatkan komunikasi belajar.
- 5) Materi ajar relatif mudah diperbaharui.
- 6) Meningkatkan interaksi antara mahasiswa dan fasilitator.
- 7) Memungkinkan bentuk komunikasi belajar formal dan informal.
- 8) Dapat menggunakan ragam sumber belajar yang luas di internet.

Berdasarkan uraian tersebut, pembelajaran daring terdiri dari delapan karakteristik. Karakteristik tersebut di antaranya materi ajar dapat disajikan dengan berbagai media, komunikasi dapat dilakukan bersamaan atau tidak, pembelajaran tatap maya, digunakan berbagai elemen belajar, materi ajar mudah diperbaharui, meningkatkan interaksi, dapat belajar formal dan informal, dan

keragaman sumber belajar. Adanya pembelajaran daring membantu proses pembelajaran saat ini.

Kamayanthi (2020, hlm. 18) mengatakan, “Karakteristik/ciri pembelajaran daring yaitu dengan menggunakan media elektronik, pembelajaran yang dilaksanakan menggunakan internet, pembelajaran dapat dilaksanakan kapanpun dan dimanapun serta pembelajaran daring bersifat terbuka”. Berdasarkan uraian tersebut, pembelajaran daring memiliki empat karakteristik. Karakteristik atau ciri tersebut di antaranya menggunakan media elektronik dan membutuhkan internet, fleksibel, dan bersifat terbuka.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, pembelajaran daring mempunyai berbagai karakteristiknya sendiri. Hal itu membedakan pembelajaran daring dengan pembelajaran luring. Pembelajaran daring perlu disesuaikan dengan pedoman pembelajaran daring.

Pembelajaran daring di era pandemi saat ini dapat membantu sektor pendidikan. Sekolah tetap dapat berlangsung seperti biasa, pembelajaran tetap dilakukan oleh peserta didik dan pendidik serta adanya pemberian materi yang dilakukan seperti biasa di kelas. Bedanya kini pembelajaran dialihkan dari tatap muka menjadi tatap maya. Selain itu, dapat mendorong pembelajaran abad ke-21 yang berfokus pada peserta didik yang perlu mempunyai karakter 4C (*Colaborative, Communication, Critical thinking, Creativity*).

## **10. Hakikat Edmodo**

### **a. Pengertian Edmodo**

Edmodo dikembangkan pada masa akhir tahun 2008 oleh Nic Borg dan Jeff Ohara yang berkeyakinan perlunya dikembangkan lingkungan sekolah yang terhubung dengan semua aktifitas didunia. Kristiani (2016, hlm. 40) mengatakan, “Edmodo adalah media social network microblogging yang aman bagi siswa dan guru. Pada situs ini orang tua pun dapat bergabung serta berkomunikasi dengan guru dan orangtua siswa lain”. Artinya, Edmodo adalah sebuah jaringan sosial mikroblog yang digunakan dalam pembelajaran, di mana kegiatan belajar mengajar tersebut dilakukan secara virtual atau dalam jaringan. Selain digunakan oleh pendidik dan peserta didik, edmodo dapat digunakan oleh orang tua peserta

didik sehingga mereka dapat memantau aktivitas anak-anak mereka selama pembelajaran.

Sejalan dengan hal itu, Putranti (2013, hlm. 141) menyatakan menyatakan Edmodo sebagai berikut.

Edmodo adalah platform pembelajaran yang aman digunakan untuk guru, siswa, dan sekolah yang berbasis sosial media. Selain itu, Edmodo memiliki kemiripan dengan *facebook* hanya saja lebih bersifat edukatif dan lebih banyak digunakan untuk kepentingan dunia pendidikan. Edmodo memiliki banyak fitur yang dapat digunakan untuk pelaksanaan pembelajaran. Fitur-fitur tersebut dapat dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan masing-masing guru dan siswa. Fitur-fitur yang ada pada edmodo antara lain *group* (grup), *library* (perpustakaan), *note* (catatan), *assignment* (penugasan), *alert* (pengumuman), dan lain sebagainya.

Berdasarkan pernyataan tersebut, Edmodo merupakan platform yang penggunaannya dapat diterapkan dalam kegiatan pembelajaran. Hal ini dikarenakan Edmodo memiliki berbagai fitur-fitur yang dapat digunakan untuk menunjang pembelajaran dalam jaring (daring). Contoh fitur yang dapat digunakan dalam pembelajaran seperti penugasan, materi, kuis, dan sebagainya.

Senada dengan hal tersebut, Safitri (2020, hlm.104) menjelaskan tentang Edmodo sebagai berikut:

Edmodo adalah platform pembelajaran berbasis jejaring sosial yang diperuntukan untuk guru, siswa dan orang tua. Edmodo merupakan program elearning yang menerapkan sistem pembelajaran yang mudah, efisien sekaligus lebih menyenangkan. Edmodo menyediakan cara yang aman dan mudah untuk membangun kelas virtual berdasarkan pembagian kelas layaknya di sekolah.

Artinya, Edmodo merupakan salah satu *e-learning* berbentuk jejaring sosial yang aman dan dapat digunakan dalam pelaksanaan pembelajaran oleh pendidik dan peserta didik. Selain itu, orangtua peserta didik pun dapat menggunakan platform tersebut untuk memantau aktivitas pembelajaran anak-anaknya. Edmodo memberikan fasilitas yang sama bagi pendidik, peserta didik, dan juga para orangtua peserta didik.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Edmodo adalah sebuah platform berbentuk jaringan sosial yang dapat digunakan dalam kegiatan belajar mengajar. Hal ini karena Edmodo memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan dalam pembelajaran yaitu untuk berbagi materi, memberi

*quiz*, *assignment*/penugasan, dan sebagainya. Edmodo dapat digunakan oleh pendidik dan peserta didik serta orang tua peserta didik.

### **b. Manfaat Edmodo**

Edmodo memiliki berbagai manfaat bagi pembelajaran daring di sekolah. Dengan Edmodo pendidik dapat menggunakan platform tersebut sesuai dengan kebutuhan kelasnya. Manfaat-manfaat dari Edmodo diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Safitri (2020, hlm. 104) mengatakan Edmodo mempunyai 7 manfaat dalam pembelajaran di antaranya:

1. Edmodo merupakan wahana komunikasi dan diskusi yang sangat efisien untuk para guru dan siswa.
2. Dengan Edmodo, antar siswa dimudahkan dalam berinteraksi dan berdiskusi dengan pantauan langsung dari gurunya.
3. Selain itu, Edmodo mempermudah komunikasi antara guru, siswa sekaligus orang tua.
4. Sebagai sarana yang tepat untuk ujian maupun *quiz*.
5. Guru dapat memberikan bahan ajar seperti pertanyaan, foto, video pembelajaran kepada siswa dengan mudah. Selain itu, siswa juga dapat mengunduh bahan ajar tersebut.
6. Orang tua siswa dapat memantau kegiatan belajar anaknya dengan mudah.
7. Mempermudah guru dalam memberikan soal dari mana saja dan kapan saja.

Berdasarkan uraian di atas, Edmodo memiliki tujuh manfaat. Manfaat tersebut di antaranya sarana komunikasi dan diskusi yang sangat efisien, kemudahan dalam berinteraksi dan berdiskusi antar peserta didik, komunikasi antara guru, siswa dan orang tua menjadi dipermudah, digunakan untuk ujian maupun *quiz*, sebagai tempat bahan ajar, orang tua dapat memantau aktivitas peserta didik, dapat memberikan soal secara fleksibel. Hal tersebut dapat membantu pembelajaran daring saat ini.

Dharmawati (2017, hlm. 48) mengatakan, "Manfaat yang diperoleh dari Edmodo yaitu meningkatkan interaksi pendidik dan peserta didik, membentuk sebuah kelas online, menambah variasi belajar, mengubah sistem pembelajaran yang tradisional menuju ke pembelajaran yang interaktif". Artinya, Edmodo dapat

membantu berlangsungnya pembelajaran daring saat ini karena Edmodo membuat pembelajaran menjadi interaktif. Selain itu, akan meningkatkan interaksi dan adanya variasi belajar sehingga tidak membosankan bagi peserta didik.

Berkaitan dengan hal tersebut, Azizah (2017, hlm.34-36) mengatakan, “Edmodo adalah sebuah jawaban bagi sebuah ruang kelas virtual yang nyaman dan aman.” Hal tersebut dikarenakan:

- 1) Peserta didik dapat berinteraksi dalam pantauan pendidiknya (bebas *Cyber crime* dan *Cyber bullying*).
- 2) Pendidik dapat mengunci peserta didik, sehingga peserta didik hanya bisa membaca dan tidak bisa berkomentar pada sesi kelas, namun tetap bisa berkomunikasi langsung dengan pendidiknya.
- 3) Tidak ada orang luar yang bisa masuk dan melihat kelas virtual yang dibuat oleh seorang pendidik tanpa mendapat kode khusus dari pendidik yang bersangkutan.
- 4) Pendidik dapat memulai pertanyaan, menaruh foto atau video, menaruh presentasi bahan ajar, yang kesemuanya bebas untuk diunduh oleh peserta pendidik dan dikomentari.
- 5) Peserta didik bisa kembali kapan saja untuk mengulang materi yang diberikan pendidiknya, bahkan pr bisa diberikan melalui edmodo.
- 6) Peserta didik juga bisa mengumpulkan pr nya lewat edmodo, tinggal unggah saja.
- 7) Pendidik bisa menaruh nilai dari pekerjaan peserta didik sebagai acuan bagi peserta didik.
- 8) Kelas virtual yang dibuat seorang pendidik tidak terbatas, pendidik bisa menaruh bahan ajar untuk digunakan di angkatan atau tahun ajaran berikutnya.
- 9) Peserta didik bisa bekerja sama dengan peserta didik lain dalam grup kecil yang dibentuk oleh pendidiknya.
- 10) Saat mengerjakan sebuah proyek bersama mereka bisa menaruh semua dokumen yang diperlukan dalam pengerjaannya.
- 11) Edmodo memungkinkan pendidik menaruh bahan ajar yang sangat berguna bagi peserta didik yang tidak masuk atau berhalangan saat melakukan tatap muka.

- 12) Peserta didik yang pendiam bisa bebas berkata-kata dan berpendapat tanpa khawatir dipermalukan sementara anak tipe aktif bisa posting pertanyaan kapan saja asal ia terhubung dengan internet.
- 13) Pendidik dapat mengajarkan tata cara yang berlaku di dunia maya seperti cara berkomentar dan sederet tata krama di dunia maya yang perlu peserta didiknya ketahui.

Berdasarkan uraian di atas, Edmodo dapat dikatakan cukup memadai untuk dijadikan sebagai kelas virtual. Hal tersebut terlihat dari adanya kode kelas khusus yang hanya dapat diakses oleh pendidik atau peserta didik yang memiliki kode kelasnya sehingga akan membuat kelas aman, peserta didik yang pendiam pun dapat lebih percaya diri, dapat digunakan untuk berbagi berbagai file, penggunaannya yang fleksibel, dan terdapat fitur yang menunjang pembelajaran. Dengan berbagai hal tersebut Edmodo dapat menjadi salah satu platform pembelajaran daring yang memberikan kenyamanan dalam penggunaannya.

Edmodo memberikan fasilitas bagi pendidik dan peserta didik untuk melakukan pembelajaran daring secara aman. Selain itu, orangtua dan wali pun dapat memantau kegiatan peserta didik, sehingga para orangtua dapat mengetahui perkembangan anaknya di sekolah. Untuk itu penggunaan Edmodo sangat bermanfaat bagi pembelajaran.

### **c. Fitur-Fitur Edmodo**

Fitur-fitur yang ada di Edmodo sesuai dengan kebutuhan pembelajaran. Edmodo mengelompokkan fiturnya berdasarkan penggunaannya yaitu pendidik dan peserta didik. Fitur-fitur Edmodo diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Ainiyah (2015, hlm. 6) mengatakan Edmodo memiliki beberapa fitur diantaranya adalah:

- 1) *Group*, Fitur ini dimanfaatkan oleh guru untuk membuat grup atau kelas dalam Edmodo. Guru dapat menambahkan siswa untuk bergabung ke dalam grup yang sudah dibuat oleh guru. Kontrol grup ada pada guru.
- 2) *Note*, digunakan untuk menulis catatan, fungsi catatan ini sama halnya dengan guru ketika berbicara didepan kelas. Guru juga bisa melampirkan berbagai jenis file ketika mengirimkan catatan.

- 3) *Alert*, fungsinya hampir sama dengan *note*, hanya saja *alert* lebih ringkas dan tidak bisa dilampirkan file.
- 4) *Assignment*, digunakan guru untuk memberikan tugas kepada siswa. tugas tersebut dapat berupa soal uraian pendek maupun esai. Guru juga dapat memberikan soal dari sumber di internet yang sudah dilampirkan.
- 5) *Quiz*, digunakan untuk memberikan ulangan harian dan ujian dengan bentuk soal pilihan ganda. Soal harus dibuat langsung dan juga tidak bisa dilampirkan file.
- 6) *Polling*, digunakan oleh guru untuk mengetahui pendapat siswa mengenai sesuatu, baik yang berhubungan dengan materi pelajaran maupun hal lain.
- 7) *Library*, fungsinya adalah untuk menyimpan semua file yang ada di Edmodo. Beragam jenis file dapat disimpan di library dan juga dapat disambungkan dengan aplikasi *Google Drive*.
- 8) *Progress*, guru dapat melihat kemajuan belajar dari siswanya dengan menggunakan fitur *progress* ini.
- 9) *Planner*, digunakan untuk membuat atau mencatat rencana dan juga jadwal kegiatan guru. Fungsi *edmodo planner* sama seperti buku agenda kerja.

Berdasarkan uraian di atas, Edmodo memiliki fitur yang beragam untuk penunjang pembelajaran. Fitur-fitur itu di antaranya *group*, *note*, *alert*, *assignment*, *quiz*, *polling*, *library*, *progress*, dan *planner*. Fitur ini dapat digunakan oleh pendidik ataupun peserta didik.

Menurut Basori (2013, hlm.100) fitur Edmodo di antaranya:

1) *Assignment*

*Assignment* digunakan oleh guru untuk memberikan penugasan kepada siswa secara *online*. Fitur ini dilengkapi dengan waktu *deadline* dan fitur *attach file* sehingga siswa dapat mengirimkan tugas dalam bentuk file secara langsung kepada guru. Selain itu, kiriman *Assignment* juga terdapat tombol "*Turn in*" yang menandakan bahwa siswa telah menyelesaikan tugas mereka.

2) *File and Links*

Pada fitur ini guru dan siswa dapat mengirimkan pesan dengan melampirkan file dan link pada grup kelas, siswa atau guru lainnya. File yang dilampirkan berlaku untuk semua jenis ekstensi seperti doc, pdf, ppt, xls, dll.

3) *Quiz*

*Quiz* digunakan untuk memberikan evaluasi secara online baik berupa pilihan ganda, isian singkat, maupun soal uraian. *Quiz* hanya dapat dibuat oleh guru, sedangkan siswa hanya mengerjakannya saja. Fitur ini dilengkapi dengan batas waktu pengerjaan, informasi tentang kuis yang akan dibuat, judul kuis dan tampilan kuis.

4) *Polling*

*Polling* hanya dapat dibuat oleh guru untuk dibagikan kepada siswa. Biasanya guru menggunakan *polling* untuk mengetahui tanggapan siswa mengenai hal tertentu yang berkenaan dengan pelajaran.

5) *Gradebook*

Fitur *gradebook* digunakan sebagai catatan nilai siswa. Pemberian nilai dapat dilakukan oleh guru dan dapat diisi secara manual atau secara otomatis. Pengisian nilai secara otomatis hanya bisa dilakukan berdasarkan hasil skor *Assignment* dan *Quiz*. Penilaian pada *gradebook* dapat di-*export* menjadi file.csv.

6) *Library*

Fitur ini digunakan sebagai tempat penyimpanan berbagai sumber pembelajaran dengan konten yang beragam. Dengan fitur *library*, guru dapat mengunggah bahan ajar, materi, presentasi, sumber referensi, gambar, video, audio dan konten digital lainnya. Link dan File yang terdapat di *Library* dapat dibagikan baik kepada siswa maupun grup. Siswa juga dapat menambahkan konten yang dibagikan oleh guru ke dalam *library*-nya.

7) *Award Badges*

Fitur ini digunakan untuk pemberian penghargaan kepada siswa maupun kelompok.

8) *Parents Codes*

Fitur ini berfungsi memberi kesempatan kepada orangtua/wali untuk melakukan pemantauan aktivitas belajar dan prestasi putra-putrinya.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat delapan fitur yang dimiliki Edmodo. Fitur-fitur Edmodo itu di antaranya yaitu *assignment, file and links, quiz, polling,*

*gradebook, library, award badges, dan parents codes.* Fitur tersebut dapat digunakan oleh pendidik, peserta didik, dan orangtua peserta didik.

Nurdani (2016, hlm. 17-21) fitur-fitur yang terdapat pada Edmodo di antaranya sebagai berikut.

1) *Assignment*

*Assignment* digunakan oleh guru untuk memberikan penugasan kepada siswa secara online. Fitur ini dilengkapi dengan waktu *deadline* dan fitur *attach file* sehingga siswa dapat mengirimkan tugas dalam bentuk file secara langsung kepada guru. Selain itu, kiriman *Assignment* juga terdapat tombol "*Turn in*" yang menandakan bahwa siswa telah menyelesaikan tugas mereka. Guru dapat secara langsung memberikan penilaian terhadap hasil tugas yang telah dikerjakan siswa. Skor yang diberikan secara otomatis akan tersimpan dalam fitur *gradbook*.

2) *File and Links*

Pada fitur ini guru dan siswa dapat mengirimkan pesan dengan melampirkan file dan link pada grup kelas, siswa atau guru lainnya. File yang dilampirkan berlaku untuk semua jenis ekstensi seperti doc, pdf, ppt, xls, dll.

3) *Quiz*

*Quiz* digunakan untuk memberikan evaluasi secara online baik berupa pilihan ganda, isian singkat, maupun soal uraian. *Quiz* hanya dapat dibuat oleh guru, sedangkan siswa hanya mengerjakan saja. Fitur ini dilengkapi dengan batas waktu pengerjaan, informasi tentang kuis yang akan dibuat, judul kuis dan tampilan kuis. Perhitungan skor pada setiap butir soal *quiz* dilakukan secara otomatis untuk jenis pertanyaan pilihan ganda dan isian singkat, sedangkan untuk pengskoran soal uraian harus diperiksa oleh guru terlebih dahulu.

4) *Poling*

*Polling* hanya dapat dibuat oleh guru untuk dibagikan kepada siswa. Biasanya guru menggunakan *polling* untuk mengetahui tanggapan siswa mengenai hal tertentu yang berkenaan dengan pelajaran.

5) *Gradebook*

Fitur *Gradebook* digunakan sebagai catatan nilai siswa. Pemberian nilai dapat dilakukan oleh guru dan dapat diisi secara manual atau secara otomatis. Pengisian secara otomatis hanya bisa dilakukan berdasarkan hasil skor *Assignment* dan *Quiz*. Penilaian pada *Gradebook* dapat di-*export* menjadi file.csv. Dalam fitur ini, guru mengatur penilaian hasil belajar seluruh siswa. Guru dapat mengatur nilai maksimal pada masing-masing subjek nilai. Nilai total adalah presentase dari nilai keseluruhan setiap siswa secara otomatis oleh sistem. Untuk penilaian *Quiz* diisi secara otomatis oleh sistem berdasarkan hasil *Quiz* setiap siswa. Pada siswa, fitur ini hanya dapat dilihat berupa rekapan nilai dalam bentuk grafik dan penilaian langsung.

6) *Library*

Fitur ini digunakan sebagai tempat penyimpanan berbagai sumber pembelajaran dengan konten yang beragam. Dengan fitur *library*, guru dapat meng-upload bahan ajar, materi, presentasi, sumber referensi, gambar, video, audio, dan konten digital lainnya. Link dan File yang terdapat di *Library* dapat dibagikan baik kepada siswa maupun group. Siswa juga dapat menambahkan konten yang dibagikan oleh guru ke dalam *library*-nya. Fitur ini dapat digunakan sebagai media untuk menampung berbagai sumber dari dalam dan luar. Sehingga siswa dapat menyimpan berbagai informasi dari luar namun tetap diakses melalui Edmodo.

7) *Award Badges*

Fitur ini digunakan untuk memberikan suatu penghargaan baik kepada siswa maupun kelompok.

8) *Parents Codes*

Menurut Rismayanti (2012), Fitur ini berfungsi memberi kesempatan kepada orang tua/wali masing-masing siswa dapat bergabung memantau aktivitas belajar dan prestasi putra-putrinya, guru harus mengakses kode untuk orang tua siswa dan kemudian membagikannya pada masing-masing orangtua/wali. Akses kode untuk orang tua siswa dapat diperoleh dengan mengklik nama kelas.

Berdasarkan uraian tersebut, Edmodo memiliki berbagai fitur-fitur yang dapat menunjang pembelajaran daring. Fitur-fitur Edmodo tersebut yaitu *assignment, file and links, quiz, polling, gradebook, library, award badges*, dan *parents codes*. Fitur-fitur ini dapat menunjang pembelajaran daring.

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, terdapat delapan fitur yang dimiliki Edmodo. Fitur-fiturnya di antaranya *group, note, alert, assignment, quiz, file and links, polling, library, progress, planner, gradebook, award badges, parents codes*. Dengan fitur yang dimiliki oleh Edmodo tersebut akan dapat membantu proses pelaksanaan pembelajaran daring.

Fitur-fitur Edmodo yang beragam dan dapat menyesuaikan kebutuhan pengguna memberikan kemudahan bagi pembelajaran daring. Oleh karena itu, Edmodo dapat menjadi pilihan bagi sekolah-sekolah kini. Penggunaan Edmodo juga dipilih dalam penelitian ini agar dapat menunjang pembelajaran terkhusus pembelajaran menulis teks persuasif.

#### **d. Kelebihan Edmodo**

Setiap platform pembelajaran pasti memiliki kelebihan tersendiri dalam penerapan proses pembelajarannya. Sama halnya dengan Edmodo sebagai salah satu platform pembelajaran daring pasti memiliki kelebihan. Kelebihan-kelebihan Edmodo tersebut diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Fitriasari (2017, hlm. 3) mengatakan kelebihan Edmodo di antaranya:

- 1) *User Interface*. Mengadaptasi tampilan seperti *facebook*, secara sederhana edmodo relatif mudah untuk digunakan bahkan untuk pemula sekalipun.
- 2) *Compatibility*. Edmodo mendukung *preview* berbagai jenis format file seperti: pdf, pptx, html,swf dan sebagainya.
- 3) Aplikasi. Edmodo tidak hanya dapat diakses dengan menggunakan PC (laptop/desktop) tetapi juga bisa diakses dengan menggunakan gadget berbasis Android OS.

Berdasarkan uraian tersebut, Edmodo memiliki tiga kelebihan. Pertama, *user interface* karena tampilan Edmodo yang mudah dipahami. Kedua, *compatibility* yaitu dapat mendukung berbagai jenis file. Ketiga, aplikasi jadi selain dapat diakses di PC (laptop/desktop) juga dapat diakses di gadget berbasis Android OS.

Menurut Umaroh dalam Basori (2013, hlm. 101) mengatakan kelebihan Edmodo di antaranya adalah:

- 1) Membuat pembelajaran tidak bergantung pada waktu dan tempat.
- 2) Meringankan tugas guru untuk memberikan penilaian kepada siswa.
- 3) Memberikan kesempatan kepada orangtua atau wali siswa untuk memantau aktivitas belajar dan prestasi dari putra-putrinya.
- 4) Membuat kelas lebih dinamis karena memungkinkan interaksi guru dengan siswa maupun antara siswa dengan siswa dalam hal pelajaran atau tugas.
- 5) Memfasilitasi kerja kelompok yang multidisiplin.
- 6) Mendorong lingkungan virtual kolaboratif yang membantu pembelajaran berbasis proses.

Berdasarkan uraian tersebut, Edmodo memiliki banyak kelebihan. Kelebihan-kelebihan tersebut di antaranya tak terikat pada waktu dan tempat, tugas guru dalam menilai dapat diringankan, orangtua atau wali dapat memantau aktivitas belajar dan prestasi peserta didik, menjadikan kelas lebih dinamis, kerja kelompok dapat difasilitasi, dan menjadikan lingkungan nyata bekerja sama dalam pembelajaran. Kelebihan utama Edmodo adalah tidak hanya dapat digunakan oleh pendidik dan peserta didik tapi juga orang tua peserta didik.

Menurut Arifin & Ekayati (2018, hlm. 53) kelebihan edmodo di antaranya sebagai berikut:

- 1) Edmodo menjamin keamanan dan kemudahan atas aktivitas pembelajaran baik dalam lingkungan sekolah maupun di luar sekolah.
- 2) Guru dapat mengumpulkan bahan atau materi yang digunakan dalam pembelajaran, sehingga membantu siswa untuk mencari sumber pelajaran untuk dipelajari oleh siswa.
- 3) Edmodo menyediakan akses yang cepat dan mudah seperti tugas, kuis, sumber belajar berbasis web.
- 4) Guru dapat berbagi file, ide dan materi lainnya dengan guru lain. Hal ini memungkinkan mereka untuk memperluas perpustakaan dan strategi pembelajaran.
- 5) *User interface*, dengan mengadaptasi tampilan seperti *facebook*, Edmodo relatif mudah untuk digunakan bahkan untuk pemula sekalipun.

6) *Compatibility*, Edmodo mendukung preview berbagai jenis format file seperti pdf, pptx, html dan sebagainya.

Berdasarkan uraian tersebut, Edmodo memiliki enam kelebihan. Kelebihan tersebut yaitu Edmodo aman dan mudah, materi ajar tersimpan, akses yang cepat dan mudah, berbagi file, *User interface*, dan *Compatibility*. Hal tersebut menjadikan Edmodo sebagai platform yang cocok dipilih untuk pembelajaran daring di sekolah.

Berdasarkan beberapa pernyataan tersebut, Edmodo aman dan mudah dipahami karena tampilannya yang sederhana, dapat mendukung berbagai jenis file, dapat diakses di PC (laptop/desktop) dan gadget berbasis Android OS. Selain itu, fleksibel atau tidak bergantung pada waktu dan tempat, meringankan tugas guru dalam menilai, orangtua atau wali dapat memantau aktivitas belajar dan prestasi peserta didik, dan sebagainya. Hal tersebut dapat membantu pembelajaran daring saat ini.

Kelebihan-kelebihan tersebut dapat memudahkan pendidik, peserta didik, dan orangtua atau wali peserta didik. Semua kegiatan berlangsung secara *online* sehingga kegiatan pembelajaran lebih mudah dilakukan bahkan untuk penilaian pun dapat dilakukan secara otomatis. Oleh karena itu, penggunaan Edmodo dapat dikatakan memadai untuk digunakan dalam pembelajaran daring.

#### **e. Kekurangan Edmodo**

Setiap platform pembelajaran pasti memiliki kekurangan tersendiri dalam penerapan proses pembelajarannya. Sama halnya dengan Edmodo sebagai salah satu platform pembelajaran daring pasti memiliki kekurangan. Kekurangan-kekurangan Edmodo tersebut diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Fitriasari (2017, hlm. 3) mengatakan kekurangan Edmodo di antaranya sebagai berikut:

- 1) Edmodo tidak terintegrasi dengan jenis sosial media apapun, seperti *Facebook*, *Twitter* atau *Google Plus*. Padahal pada saat sekarang ini, hampir setiap website terintegrasi dengan media sosial agar penggunaanya dapat berbagi (sharing).
- 2) *Video Conference* belum tersedia. Hal ini cukup penting untuk berinteraksi dengan siswa jika guru tidak bisa hadir secara langsung di ruang kelas.

3) Edmodo memerlukan jaringan internet untuk bisa mengaksesnya.

Berdasarkan uraian di atas, Edmodo memiliki tiga kekurangan. Pertama, tidak dapat dihubungkan dengan sosial media lainnya. Kedua, belum ada konferensi video. Ketiga, diperlukan jaringan internet untuk dapat mengakses Edmodo.

Umaroh dalam Basori (2013, hlm. 101) kekurangan dari Edmodo di antaranya adalah:

- 1) Penggunaan bahasa program yang beberapa masih berbahasa Inggris sehingga terkadang menyulitkan guru dan siswa.
- 2) Belum tersedianya sintaks online secara langsung pada Edmodo.

Berdasarkan uraian di atas, Edmodo memiliki dua kekurangan. Pertama, bahasa program ada yang masih berbahasa Inggris. Kedua, belum ada langkah-langkah khusus dalam menggunakan aplikasinya.

Menurut Arifin & Ekayati (2018, hlm 53) kekurangan Edmodo di antaranya adalah:

- 1) Edmodo tidak terintegrasi dengan jenis sosial media apapun, seperti *facebook*, *twitter* atau *google plus*.
- 2) Penggunaan bahasa program yang masih berbahasa Inggris sehingga terkadang menyulitkan guru dan siswa.
- 3) *Video Conference* belum tersedia. Hal ini cukup penting untuk berinteraksi dengan siswa jika guru tidak bisa hadir secara langsung di ruang kelas.

Berdasarkan uraian di atas, Edmodo memiliki tiga kekurangan. Pertama, Edmodo tidak dapat dihubungkan dengan media lain. Kedua, bahasa program yang beberapa masih menggunakan Bahasa Inggris. Ketiga, belum tersedia video sehingga jika ingin menggunakan video harus memasukan platform lain ke Edmodo.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, terdapat beberapa kekurangan dalam Edmodo. Kekurangan tersebut di antaranya Edmodo tidak dapat dihubungkan dengan sosial media lainnya, belum ada konferensi video, diperlukan jaringan internet, beberapa masih menggunakan Bahasa Inggris. Selain itu, belum ada langkah-langkah khusus dalam menggunakan Edmodo.

Kekurangan-kekurangan tersebut masih dapat diterima, meskipun memang penggunaan jaringan internet pasti akan membutuhkan pengeluaran yang cukup menyita. Akan tetapi bila dibandingkan dengan kelebihan, jauh lebih banyak kelebihan edmodo tentunya. Oleh karena itu, Edmodo cocok digunakan untuk pembelajaran daring.

### B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam sebuah penelitian tentunya ada penelitian terdahulu dari peneliti lain yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Penelitian terdahulu ini dijadikan sebagai salah satu acuan atau penunjang bagi peneliti untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan penggunaan metode yang berbeda dari sebelumnya. Hal itu bertujuan untuk memperkaya teori yang digunakan untuk penelitian, terkhusus dalam pembelajaran menulis teks persuasif. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti:

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan dan Analisis	Hasil Penelitian	Per-samaan	Per-bedaan
1.	Umi Fauziyah/2019	Keefektifan Pembelajaran Menulis Teks Persuasi Menggunakan Model <i>Quantum Writing</i> dan Model Instruksi Langsung	Semarang	Penelitian kuantitatif metode kuasi eksperimen desain penelitian <i>Nonequivalent Control Group Design</i>	Penggunaan model <i>quantum Swriting</i> efektif digunakan dalam pembelajaran menulis teks persuasi dengan menggunakan	1. Teks yang digunakan sama dengan peneliti yang akan dilakukan yaitu teks persuasif 2.	1. Model pembelajaran berbeda dengan yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan

		g dengan Media Bagan Alir Teks Persuasi Bergamb ar Pada Peserta Didik Kelas VIII SMP			akan media bagan alir teks persuasi bergamb ar. Hal ini ditunju- kan dengan adanya pening- katan nilai rata-rata sebelum dan sesudah diberi perlaku- an. Nilai rata-rata tes awal adalah 67,22 meningk at menjadi 85,19 pada tes akhir.	Jenis, metode, dan desain peneliti an sama dengan peneliti an yang akan dilaku- kan yaitu peneliti an kuanti- tatif, metode kuasi eksperi men dan desain peneliti an <i>Nonequ ivalent Control Group Design</i>	<i>Discover y Learning</i> 2. Media Pembela- jangan yang diguna- kan berbeda dengan peneliti- an ini. Dalam peneliti- an ini menggu- nakan media iklan layanan masya- rakat berupa video
--	--	---	--	--	--	---	--

					<p>Kemudian, penggunaan model instruksi langsung efektif digunakan dalam pembelajaran menulis teks persuasi dengan menggunakan media bagan alir teks persuasi bergambar. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--

					nilai rata-rata sebelum dan sesudah diberi perlakuan. Nilai rata-rata tes awal adalah 65,91 dan tes akhir meningkat menjadi 85,19.		
2.	Arida, dkk/ 2020	Peningkatan Kemampuan Menulis Teks Persuasi dengan Menggunakan Teknik Pemodelan Siswa Kelas	Sidoharjo	Penelitian Tindakan Kelas	Kemampuan menulis teks persuasi siswa meningkat dengan rata-rata pada siklus 1 sebesar 67.98	1. Teks yang digunakan sama dengan penelitian ini yaitu teks persuasif	1. Model pembelajaran yang digunakan berbeda dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini menggu-

		VIII SMPN L Sidoharjo Kabupaten Musi Rawas			termasuk pada kategori cukup, lalu meningkat at menjadi 77,76 pada siklus II termasuk pada kategori baik. Pening- katan tersebut juga diikuti dengan mening- katnya aktivitas siswa dalam pembela- jaran menulis teks persuasi yang	nakan model <i>Discover y Learning</i> 2. Jenis, metode, dan desain peneliti- an yang diguna- kan berbeda dengan peneliti- an ini. Dalam peneliti- an ini meng- gunakan peneliti- an kuantita- tif, metode kuasi eksperi- men, dan desain peneliti-
--	--	---	--	--	--	--

					meliputi keaktifan dan keterlibatan langsung dalam melakukan pengamatan, tanya jawab, dan menulis teks persuasi dari cukup aktif menjadi aktif.		an <i>Nonequivalent Control Group Design</i>
3.	Asna Tiana/2018	Peningkatan Keterampilan Menulis Paragraf Persuasi dan Minat Siswa	Yogyakarta	Penelitian Tindakan Kelas	Adanya peningkatan keterampilan menulis teks persuasi peserta didik.	1. Teks yang digunakan sama dengan penelitian ini yaitu teks	1. Model pembelajaran 2. Jenis, metode, dan desain penelitian berbeda

		dengan Pendekatan Kontesktual Pada Materi Media Iklan di Kelas V SDN Condong catur Tahun Ajaran 2017/2018			Hal ini terlihat dari skor awal rata-rata sebesar 71,18 dengan persentase 44,44% kemudian rata-rata skor keterampilan menulis pada siklus I sebesar 76,24 dengan persentase 66,67 dan kemudian meningkat menjadi 85,3 dengan persentas	persuasif 2. Media yang digunakan sama dengan penelitian ini yaitu media iklan	dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, metode eksperime, dan desain penelitian <i>Nonequivalent Control Group Design</i>
--	--	---	--	--	--	--	---

					<p>e 92,59%. Pendekatan konteskt ual pada materi media iklan juga dapat mening- katkan media minat belajar peserta didik. Terlihat dari skor awal rata-rata sebesar 1,85 dengan persentas e 74,07% kategori cukup. Kemudia n, pada rata-rata</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--

					<p>skor siklus I sebesar 2,32 dengan persentase 88,88% kategori cukup dan meningkat pada siklus II menjadi 2,89 dengan persentase 92,59% dalam kategori baik.</p>		
4.	Lely Ruth Maruli Hutagao 1/2017	Pengaruh Penggunaan Media Gambar Terhadap Kemampuan Menulis Teks Persuasif	Labuhan Deli Helvetia	Penelitian kuantitatif Metode eksperimen Desain penelitian pretest dan	Kemampuan menulis teks persuasif peserta didik sebelum menggunakan Media	1. Teks yang digunakan sama dengan penelitian yang akan dilakukan	1. Metode eksperimen yang digunakan berbeda. Dalam penelitian ini

		<p>Siswa Kelas VIII SMP Negeri 1 Labuhan Deli Helvetia Tahun Pembelajaran 2016/2017</p>		<p>posttest</p>	<p>Gambar berada pada kategori cukup. Hal ini terlihat pada nilai rata-rata 61,29 dengan standar deviasi 7,77 dengan perolehan nilai tertinggi 75 dan terendah 50. Setelah penerapan Media Gambar peserta didik berada pada kategori baik.</p>	<p>yaitu teks persuasif</p> <p>2. Jenis penelitian yang digunakan sama dengan penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif</p>	<p>menggunakan eksperimen kuasi</p> <p>2. Desain penelitian yang digunakan berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini menggunakan <i>Nonequivalent Control Group</i></p> <p>3. Media pembelajaran yang digunakan dalam</p>
--	--	---	--	-----------------	--	---	---

					<p>Terlihat dari nilai rata-rata 78,83 dengan standar deviasi 7 dengan perolehan nilai tertinggi 90 dan terendah 65. Maka, disimpulkan bahwa media gambar berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan menulis ters persuasif peserta didik.</p>		<p>penelitian ini berfokus pada media iklan layanan masyarakat berupa video</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

5.	Intan Noviani/ 2017	Pembelajaran Menyajikan Teks Persuasi dengan Media Poster Melalui Metode Inkuiri Pada Siswa Kelas VIII SMPN 14 Bandung Tahun Pelajaran 2016/2017	Bandung	Penelitian kuantitatif Metode eksperimen kuasi Desain <i>one group pretest-posttest</i>	Penggunaan media poster terhadap kemampuan menulis peserta didik berhasil. Terlihat bahwa nilai rata-rata hasil perencanaan dan pelaksanaan pembelajaran sebesar 3,65, nilai rata-rata pretest sebesar 23,5 dan nilai rata-rata posttest sebesar	1. Teks yang digunakan sama dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu teks persuasif 2. Jenis dan metode penelitian yang digunakan sama dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian	1. Media pembelajaran yang digunakan berbeda dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan media iklan layanan masyarakat 2. Desain penelitian yang digunakan berbeda dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini
----	------------------------	---	---------	---	--	---	--

					32,93 sedangkan selisih pretest dan posttest yaitu 9,43, terdapat hasil perhitun- gan statistik mem- buktikan hitung > t tabel, yaitu 43,53 > 2, 04 pada tingkat kepercay- aan 95% dengan taraf signifika- n 5% dan derajat kebebasan 32.	kuanti- tatif metode eksperi- men kuasi	menggu- nakan <i>Nonequi- valent Control Group Design</i> 3. Metode pembela- jaran yang diguna- kan berbeda, dalam peneliti- an ini menggu- nakan <i>Discover- y Learning</i> dengan diskusi dan pe- nugasan
6.	Nurin	Keefektif	Semarang	Peneliti-	Terdapat	1. Teks	1. Media

	Nuzulia/ 2019	an Media Gambar Dalam Pembelajaran Menulis Teks Persuasi Pada Peserta Didik Kelas VIII SMP N 3 Mranggen Tahun Pelajaran 2018/2019		an kuantitatif Metode eksperimen murni Desain penelitian <i>posttest-only control design</i>	perbedaan antara kelas kontrol dan kelas eksperimen. Dari data nilai yang diperoleh dalam menulis teks persuasi, nilai tertinggi kelas kontrol adalah 84 sedangkan nilai terendah adalah 48. Nilai rata-rata kelas kontrol adalah 64,77 termasuk	yang digunakan sama dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu teks persuasif 2. Jenis penelitian yang di- gunakan sama dengan penelitian yang akan di- lakukan yaitu penelitian kuantitatif	pembelajaran yang digunakan berbeda, pada penelitian ini media yang digunakan berfokus pada media iklan layanan masyarakat 2. Metode penelitian yang di- gunakan berbeda. Dalam penelitian ini menggunakan
--	------------------	---	--	---	---	--	--

					<p>kategori cukup. Sedangkan untuk kelas eksperimen data yang diperoleh menunjukkan nilai tertinggi kelas eksperimen adalah 96 sedangkan nilai terendah adalah 60. Nilai rata-rata kelas eksperimen adalah 83,87 yang masuk kategori baik. Berdasar</p>	<p>metode eksperimen kuasi</p> <p>3. Desain Penelitian yang digunakan berbeda dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan <i>Nonequivalent Control Group Design</i></p>
--	--	--	--	--	---	---

					kan hasil tersebut menunjukkan bahwa media gambar dapat memberi dampak positif terhadap pembelajaran keterampilan menulis teks persuasi. Terbukti dengan hasil nilai kelas eksperimen dengan media gambar lebih tinggi dibanding-		
--	--	--	--	--	---	--	--

					kan dengan nilai kelas kontrol yang tidak menggunakan media gambar		
7.	Mona Sylviana Dewi/ 2015	Kemampuan Siswa dalam Menulis Paragraf Persuasi Sederhana Berdasarkan Iklan Audio Visual Di Kelas III MIN 15 Bintaro	Jakarta	Penelitian kualitatif Metode deskriptif	Kemampuan menulis paragraf persuasi peserta didik dengan media iklan audio visual dalam kategori baik. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata yang didapat	1. Teks yang digunakan sama dengan peneliti an ini yaitu teks persuasif 2. Media pembelajaran yang digunakan sama dengan	1. Jenis, metode dan desain penelitian berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif

					oleh siswa adalah 76,4. Hal ini sudah mampu mencapai KKM sebesar 92% dengan interpretasi baik	penelitian ini yaitu media iklan.	tatif, metode eksperimen kuasi dan desain <i>Nonequivalent Control Group Design</i> 2. Penggunaan iklan yang berbeda, pada penelitian ini menggunakan iklan layanan masyarakat
8.	Zamrotul Ainiyah/2015	Penggunaan Edmodo sebagai Media Pembelajaran	Surabaya	Penelitian kualitatif Metode deskriptif	Penggunaan Edmodo memberikan dampak	1. E-learning yang digunakan dalam	1. Mata pelajaran yang digunakan berbeda

		<p>aran E-Learning pada Mata Pelajaran Otomatisasi Perkantoran di SMKN 1 Surabaya</p>			<p>yang baik bagi pendidik maupun peserta didik. Edmodo digunakan sebagai kelas pelengkap, di mana guru tidak lagi mengalami kesulitan dalam memberikan tugas atau kuis kepada siswa karena tugas dan kuis dapat</p>	<p>penelitian terdahulu sama dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini menggunakan mata pelajaran Bahasa Indonesia</p> <p>2. Jenis, metode, dan desain penelitian yang digunakan berbeda dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan</p>	<p>dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini menggunakan mata pelajaran Bahasa Indonesia</p> <p>2. Jenis, metode, dan desain penelitian yang digunakan berbeda dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan</p>
--	--	---	--	--	--	--	--

					<p>diberikan tanpa harus menunggu jadwal tatap muka terlebih dahulu. Selain itu, guru dapat memberikan ringkasan - ringkasan materi pelajaran sebagai media pembelajaran yang baru bagi siswa serta peserta didik merasa Edmodo mudah</p>	<p>a-kan penelitian kuantitatif metode eksperimen kuasi dengan desain <i>Nonequivalent Control Group Design</i></p>
--	--	--	--	--	---	---

					dan menyenangkannya.		
9.	Meliani Safitri/2020	Penerapan Edmodo dalam Pembelajaran Matematika Untuk Melatih Kemandirian Belajar Siswa	Palembang	Penelitian kualitatif Metode deskriptif	Penerapan Edmodo dalam pembelajaran matematika di kelas VII SMP Angkasa Solo efektif dalam melatih kemandirian belajar siswa hingga angka 83,7 %. Penelitian menunjukkan bahwa siswa	1. E-learning yang digunakan dalam penelitian terdahulu sama dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan Edmodo	1. Mata pelajaran yang digunakan dalam penelitian terdahulu berbeda dengan yang akan peneliti lakukan. Dalam penelitian ini menggunakan mata pelajaran Bahasa Indonesia 2. Jenis, metode, dan desain

					<p>terlihat sangat antusias saat membuat akun Edmodo, pelaksanaan pembelajaran menggunakan Edmodo di kelas VII SMP Angkasa Solo juga berjalan dengan sangat baik, siswa merasa senang menggunakan Edmodo dalam pembelajaran</p>	<p>penelitian yang digunakan berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini – menggunakan jenis penelitian kuantitatif, metode eksperimen dan desain eksperimen kuasi dengan <i>Nonequivalent Control</i></p>
--	--	--	--	--	---	--

					karena mereka tidak tergantung pada kehadiran guru di kelas. Penggunaan Edmodo juga dianggap fleksibel karena bisa diakses melalui komputer maupun ponsel.		<i>Group Design</i>
--	--	--	--	--	--	--	---------------------

## 2. 1 Penelitian Terdahulu

### C. Kerangka Pemikiran

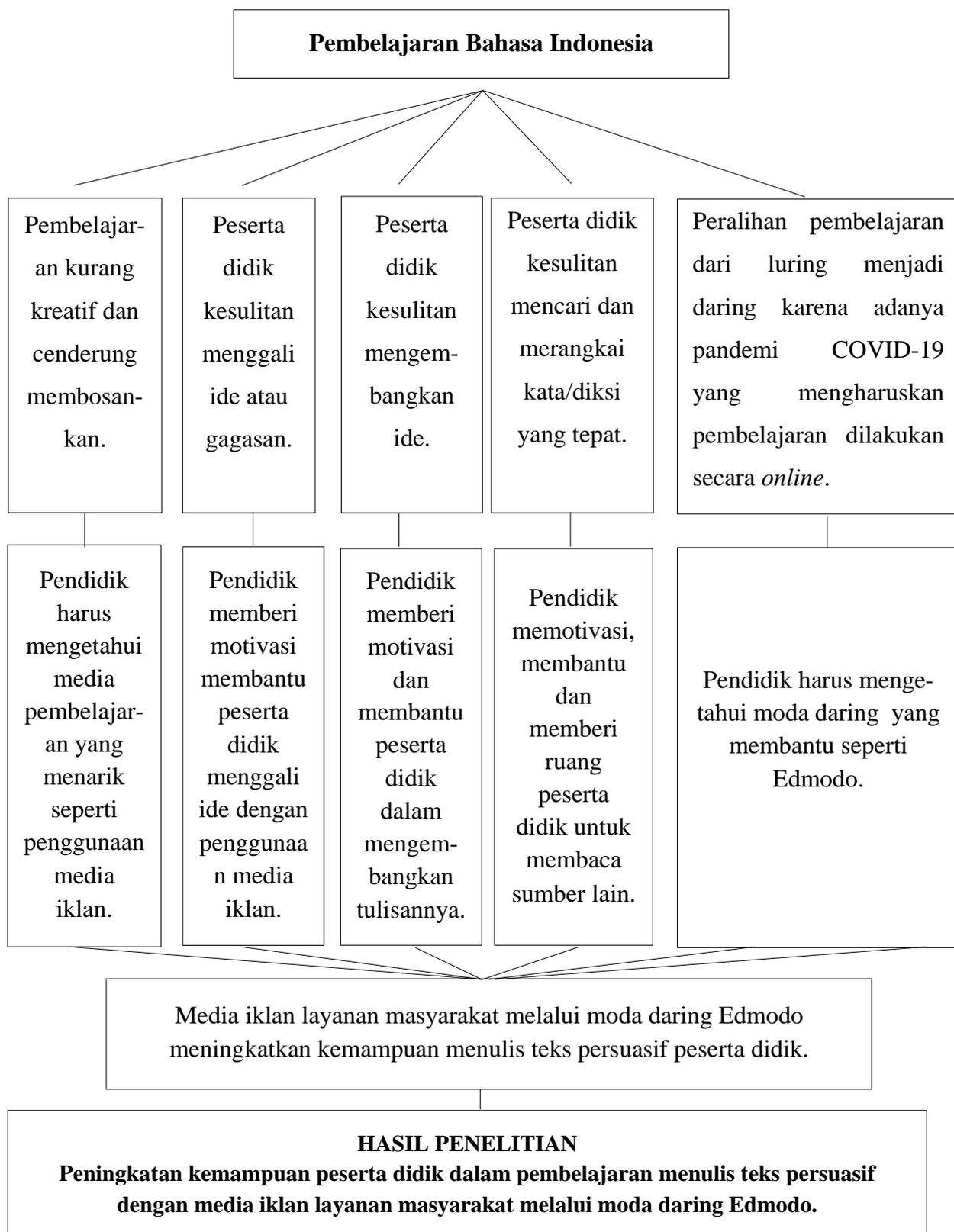
Menulis adalah salah satu keterampilan berbahasa yang dianggap paling sulit. Tidak heran bila peserta didik kesulitan dalam menuangkan dan menyusun gagasannya ke dalam tulisan, karena tidak setiap orang dapat menulis dengan baik. Oleh karena itu, keterampilan menulis haruslah dilatih agar tujuan dari pembelajaran dapat tercapai. Maka diperlukan media pembelajaran yang dapat mendukung proses kegiatan pembelajaran menulis teks persuasif. Salah satu media yang digunakan yaitu iklan. Media iklan dipilih karena memiliki karakteristik yang sama dengan teks persuasif yaitu sama-sama bersifat membujuk atau mengajak orang lain untuk melakukan sesuatu. Media iklan yang

dipilih berupa iklan layanan masyarakat karena media tersebut dapat meningkatkan imajinasi dan dekat dengan kehidupan, di mana hal tersebut diharapkan agar peserta didik mudah memahami tentang persuasif melalui lingkungan sekitar. Sehingga, para peserta didik mampu menuangkan ide atau gagasan dalam pikiran lalu mengembangkannya dalam bentuk teks persuasif. Hal ini dilakukan untuk menangani masalah peserta didik dalam menulis teks persuasif sehingga kemampuan menulis teks persuasif mereka akan menjadi lebih baik. Selain itu, diperlukan adanya moda daring yang dapat mendukung pembelajaran daring saat ini. Moda daring yang digunakan dalam penelitian ini adalah Edmodo. Edmodo merupakan salah satu platform pembelajaran online berbasis jaringan sosial yang memiliki fitur-fitur yang dapat membantu dalam pembelajaran online seperti quiz, penugasan, materi, dan sebagainya. Sehingga, Edmodo cocok digunakan untuk menunjang pembelajaran daring.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan menulis teks persuasif peserta didik dengan media iklan layanan masyarakat melalui moda daring Edmodo. Kemudian, melihat perbedaan kelas yang diberikan perlakuan dengan media pembelajaran tersebut dan yang tidak menggunakannya. Dengan media pembelajaran yang digunakan diharapkan tujuan pembelajaran dapat tercapai.

Paradigma penelitian ini terdiri atas satu independen dan dependen. Sugiyono (2018, hlm. 57) mengatakan bahwa variabel independen disebut variabel yang bebas. Yakni, variabel ini yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan, variabel dependen disebut variabel output, kriteria, konsekuen (terikat). Yakni, variabel ini yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah media iklan layanan masyarakat melalui moda daring Edmodo. Sedangkan, variabel terikat dalam penelitian ini adalah kemampuan menulis teks persuasif. Penggunaan media iklan berupa layanan masyarakat melalui moda daring Edmodo diharapkan dapat meningkatkan kemampuan menulis teks persuasif.

## KERANGKA PEMIKIRAN



### 2. 1 Kerangka Pemikiran

## **D. Asumsi dan Hipotesis Penelitian**

### **1. Asumsi**

Asumsi merupakan anggapan dasar dalam suatu penelitian yang diyakini kebenarannya oleh peneliti.

Asumsi penelitian ini di antaranya:

- a. Penulis telah lulus menempuh magang kependidikan I, II dan III. Pada proses magang kependidikan tersebut peneliti telah mendapatkan ilmu-ilmu kependidikan yaitu pedagogis, strategi belajar-mengajar, profesi kependidikan, pembuatan Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) dan perangkatnya serta penerapannya dalam proses pembelajaran, dan penggunaan media pembelajaran daring di sekolah.
- b. Pembelajaran menulis teks persuasif merupakan salah satu kompetensi dasar yang terdapat dalam kurikulum 2013 Bahasa Indonesia untuk peserta didik kelas VIII pada semester genap.
- c. Pemberian perlakuan penggunaan media iklan layanan masyarakat dalam bentuk video dapat menarik motivasi peserta didik, sehingga mereka akan lebih mudah menangkap isi pesan yang disampaikan. Selain itu, media iklan layanan masyarakat memiliki kesamaan dengan teks persuasif yaitu bertujuan untuk mengajak orang lain melakukan sesuatu.
- d. Moda daring Edmodo merupakan salah satu platform pembelajaran daring, yang mudah dipahami karena tampilannya yang sederhana, dapat mendukung berbagai jenis file, dapat diakses di PC (laptop/desktop) dan gadget berbasis Android OS. Selain itu, fleksibel atau tidak bergantung pada waktu dan tempat, orangtua atau wali pun dapat ikut memantau aktivitas belajar dan prestasi peserta didik. Hal tersebut dapat membantu pembelajaran daring saat ini.

## 2. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang berasal dari rumusan masalah.

Sugiyono (2013, hlm. 64) memaparkan mengenai hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Berdasarkan pernyataan di atas, hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah yang bentuknya berupa pertanyaan dan berdasarkan dari teori yang ada.

Hipotesis dalam penelitian ini di antaranya:

- a. Penulis mampu merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi pembelajaran menulis teks persuasif dengan media iklan layanan masyarakat melalui moda daring Edmodo pada peserta didik kelas VIII SMP Pasundan 1 Bandung.
- b. Peserta didik mampu menulis teks persuasif dengan media iklan layanan masyarakat melalui moda daring Edmodo pada peserta didik kelas VIII SMP Pasundan 1 Bandung.
- c. Pembelajaran menulis teks persuasif dengan media iklan layanan masyarakat melalui moda daring Edmodo efektif digunakan pada peserta didik kelas VIII SMP Pasundan 1 Bandung.
- d. Terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil pembelajaran menulis teks persuasif dengan media iklan layanan masyarakat melalui moda daring Edmodo sebagai kelas eksperimen dibandingkan dengan media gambar melalui moda daring Edmodo pada peserta didik kelas VIII SMP Pasundan 1 Bandung.

Keterampilan menulis teks persuasif peserta didik kelas VIII SMP Pasundan 1 Bandung akan meningkat dengan penggunaan media iklan layanan masyarakat melalui moda daring Edmodo. Oleh karena itu, peneliti harus menerapkan media tersebut dalam pembelajaran menulis teks persuasif dengan benar-benar. Hal tersebut tentunya dilakukan agar tujuan dapat tercapai.