**ABSTRAK**

**PENGARUH MODEL *THINK TALK WRITE* TERHADAP KEMAMPUAN**

**MENULIS PERSUASIF DAN BERPIKIR KREATIF**

**SISWA DALAM TEKS IKLAN DI SMPN 19 BANDUNG**

Oleh: Tika Destria Kustanty

Magister Pendidikan Bahasa Indonesia, Pascasarjana Universitas Pasundan 2021

**Kata Kunci:** model *think talk write*, berpikir kreatif, menulis persuasif, teks iklan

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah 1) Apakah kemampuan peserta didik dalam menulis persuasif pada teks iklan yang menggunakan model *think talk write* lebih baik daripada peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional? 2)Apakah kemampuan berpikir kreatif peserta didik yang pempelajarannya menggunakan model *think talk write* lebih baik daripada peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional? 3) Adakah terdapat pengaruh model *think talk write* terhadap peningkatan kemampuan menulis persuasif dan berpikir kreatif siswa daripada peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional? Penelitian ini menggunakan model penelitian eksperimen yang pelaksanaannya menggunakan jenis eksperimen kuasi dengan desain *the one group pretest-postest*. Populasi penelitian ini terdiri dari 29 siswa di kelas eksperimen dan 28 siswa di kelas kontrol yang merupakan siswa kelas VIII SMPN 19 Bandung. Pengumpulan data berupa hasil tes belajar yang dilaksanakan sebelum *(pretest)* dan setelah *(posttest)* proses pembelajaran. Adapun hasil penelitiannya adalah sebagai berikut; 1) Nilai *pretest* dan *posttest* kelas eksperimen yang menggunakan model *think talk write* nilai thitung sebesar 2,221 dan nilai df diperoleh ttabel sebesar 2,052 dengan demikian thitung>ttabel. Ini menunjukkan bahwa nilai *pretest* dan *posttest* kelas eksperimen yang menggunakan model *think talk write* secara signifikan dapat memberikan peningkatan kemampuan komunikasi dan meningkatkan kemampuan berpikir peserta didik. 2) Kemampuan rata-rata berpikir kreatif peserta didik nilai *pretest* di kelas eksperimen sebesar 43.17 sedangkan rata-rata di kelas kontrol 36.96. Berdasarkan hasil pretest kemampuan berpikir kreatif peserta didik antara kelas eksperimen dan kontrol diberikan perlakuan yang berbeda. Hasil posttest yang muncul keduanya memiliki peningkatan dalam berpikir kreatif. Rata-rata nilai posttest di kelas eksperimen 67.48 dan di kelas kontrol 53.00 . Peningkatan tersebut menggambarkan bahwa kemampuan berpikir kreatif peserta didik yang menggunakan model *think talk write* mengalami peningkatan lebih tinggi dibandingkan pembelajaran konvensional. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan model *think talk write* dalam pembelajaran menulis persuasi dalam teks iklan berpengaruh terhadap kemampuan berpikir kreatif peserta didik. 3) Model *think talk write* mampu membuat peserta didik berpikir lebih kreatif. Rata-rata peserta didik unggul pada berpikir elaboratif *(elaboration)* dengan jumlah nilai 410. Lalu disusul dengan penilaian berpikir luwes *(flexibility)* dengan jumlah nilai 405. Selanjutnya dengan penilaian berpikir lancar *(fluency)* dengan jumlah nilai 390, dan yang terakhir kemampuan berpikir orsinal *(originality)* dengan nilai 360. Berdasarkan data penelitian, penulis menyimpulkan bahwa pengaruh model *think talk write* terhadap kemampuan menulis persuasif dan berpikir kreatif siswa dalam teks iklan di SMPN 19 Bandung terlaksana dengan baik dan berhasil.

**PENDAHULUAN**

Pembelajaran bahasa Indonesia diarahkan untuk meningkatkan kemampuan peserta didik dalam berkomunikasi dengan menggunakan bahasa Indonesia dengan baik dan benar. Dalam mata pelajaran bahasa Indonesia studi yang dibahas yakni terdiri atas empat aspek, yaitu keterampilan mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis. Empat hal ini merupakan keterampilan yang memiliki tahapan atau berjenjang, maksudnya keterampilan yang pertama merupakan dasar bagi keterampilan berikutnya sehingga keterampilan merupakan puncak dari keterampilan berbahasa dan memiliki tingkat kesulitan yang lebih banyak dibandingkan dengan ketiga keterampilan lainnya.

Nurgiantoro (2010:422) dalam *Penilaian Pembelajaran Bahasa Berbasis Kompetensi* menegaskan bahwa dibandingkan dengan tiga kompetensi berbahasa yang lain (mendengarkan, berbicara dan membaca), kompetensi menulis secara umum boleh dikatakan lebih sulit dikuasai. Hal itu disebabkan kompetensi menulis menghendaki penguasaan berbagai unsur kebahasaan dan unsur luar bahasa itu sendiri yang menjadi unsur karangan. Dijelaskan pula oleh Zainurrahman (2011:2) dalam *Menulis: Dari Teori Hingga Praktik* menyatakan bahwa menulis merupakan salah satu keterampilan yang tidak dikuasai oleh setiap orang, apalagi menulis dalam konteks akademik, seperti menulis esai, karya ilmiah, laporan penelitian, dan sebagainya. Simpulan dari pernyataan ahli tersebut ialah bahwa menulis merupakan hal yang cukup sulit dilakukan karena harus menuangkan kumpulan ide kreatif dalam bentuk sebuah tulisan atau lambang-lambang tulisan dan belum tentu dikuasai oleh setiap orang.

Berdasarkan Kurikulum 2013 edisi revisi 2017 Bahasa Indonesia di SMP, kegiatan menulis merupakan salah satu keterampilan berbahasa yang harus dikuasai peserta didik. Keterampilan menulis antara lain menyampaikan informasi dalam teks berita, menyajikan teks eksposisi, menulis puisi, menulis teks eksplanasi, menyusun ulasan dan lain-lain. Salah satu bentuk tulisan yang harus dikuasai oleh peserta didik ialah menulis persuasif.

Persuasif adalah paragraf yang berisi gagasan, pikiran atau pendapat dengan membahas suatu masalah yang bertujuan mempengaruhi pembaca atau meyakinkan pihak lain dengan argumen-argumen yang disajikan secara logis dan objektif. Menurut Astarina (2009: 3) menyatakan bahwa penggunaan paragraf persuasi dapat kita temukan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pembelajaran menulis paragraf persuasi sangat penting diajarkan oleh siswa di sekolah agar siswa memiliki keterampilan menulis yang baik dan benar serta sebagai bekal dalam kehidupan bermasyarakat.

Dewasa ini media dalam berkomunikasi semakin pesat. Penggunaan media komunikasi tidak hanya dilakukan oleh media massa seperti radio, televisi, dan media cetak, tetapi juga terjadi pada pemanfaatan jejaring sosial, teknologi internet, dan media promosi seperti papan reklame. Iklan kini mulai digandrungi oleh masyarakat, dengan pemilihan kata yang baik maka banyak yang akan mengikuti atau membeli barang/jasa yang ditawarkannya. Iklan yang sukses adalah ketika seseorang mengetahui kunci sukses dalam kebahasaannya. Pemanfaatan bahasa dalam iklan yakni kalimat-kalimat persuasif akan mendapatkan tempat di hati masyarakat. Kalimat persuasif ini bisa dicermati dari peranan iklan dan pengaruh yang ditimbulkannya. Jadi dapat disimpulkan bahwa kalimat persuasif memberikan dampak yang besar bagi iklan yang dibuat.

Ernawati (2009:3) menjelaskan bahwa ketika siswa menulis iklan, banyak siswa yang tingkat kekomunikatifannya masih belum jelas. Siswa masih terlalu umum misalnya hanya satu produk tapi belum menyebutkan merek dan kurang spesifik. Mereka hanya menuliskan apa yang mereka kehendaki tanpa melihat tujuan dari iklan itu. Kemampuan keefesiensi menulis iklan juga masih kurang. Kalimat-kalimat yang digunakan siswa kurang mengandung unsur ajakan, sehingga kurang dapat meyakinkan pembaca serta kurang menarik minat pembaca. Kalimat masih terlalu panjang sehingga memperbanyak waktu dan biaya. Jadi dapat disimpulkan bahwa peserta didik masih kesulitan untuk mengomunikasikan kalimat-kalimat persuasif yang menarik bagi khalayak.

Manusia adalah salah satu makhluk Allah yang diberi kemampuan untuk menyesuaikan diri untuk menghadapi berbagai situasi, keadaan, fenomena dan tantangan kehidupan. Seiring perkembangan zaman, perubahan akan terus berkembang secara global yang menuntut manusia untuk mampu beradaptasi dengan cepat terhadap berbagai situasi dan kondisi yang kadang-kadang tidak dapat diprediksi oleh manusia. Hal ini menuntut manusia untuk berpikir kreatif untuk mengatasi perubahan dan keadaan masa kini.

Mahmudi (2010: 2) menerangkan bahwa pada umumnya, berpikir kreatif dipicu oleh masalah-masalah yang menantang. Hal ini yang menjadi salah satu alasan terhambatnya kemampuan berpikir kreatif akibat pembelajaran konvensional, karena dalam pelajaran bahasa Indonesia hanya membaca dan hal yang sudah dibaca ditulis kembali dengan bahsanya sendiri, hal ini belum cukup untuk memunculkan proses mengonstruksi ide-ide kreatif. Maka dari itu, masalah-masalah yang menantang sesuai era masa kini harus di golakkan agar memicu ide kreatif peserta didik.

Cara untuk menumbuhkan berpikir kreatif peserta didik dalam pembelajaran menulis persuasif dalam teks iklan, salah satunya ialah dengan memotivasi dan model pembelajaran yang kreatif. Seorang guru harus mampu menyajikan model, metode, teknik, strategi, maupun media yang menarik bagi peserta didik. Guru harus kreatif akan melahirkan peserta didik yang kreatif. Salah satu model yang mampu membuat peserta didik menjadi kreatif yakni model *think talk write.* Indriani (2005:8) menyatakan bahwa model *Think-Talk-Write* (TTW) membantu guru mengaitkan materi yang diajarkan dengan situasi dunia nyata peserta didik dan mendorong peserta didik membuat hubungan antara pengetahuan yang dimilikinya dengan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari sehingga keterlibatan peserta didik dapat secara aktif terlihat.

Sebagai alternatif pemecahan masalah-masalah diatas, penulis tertarik untuk menggunakan model pembelajaran *Think Talk Write* (TTW) untuk menulis persuasif dalam teks iklan. Oleh karena itu, penulis memberikan judul penelitian ini yaitu *Pengaruh Model Think Talk Write terhadap Kemampuan Menulis Persuasif dan Berpikir Kreatif Siswa dalam Teks Iklan di SMPN 19 Bandung.*

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah kemampuan peserta didik dalam menulis persuasif pada teks iklan yang menggunakan model *think talk write* lebih baik daripada peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional?
2. Apakah kemampuan berpikir kreatif peserta didik yang pempelajarannya menggunakan model *think talk write* lebih baik daripada peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional?
3. Adakah terdapat pengaruh model *think talk write* terhadap peningkatan kemampuan menulis persuasif dan berpikir kreatif siswa daripada peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kemampuan peserta didik dan perbedaan tes awal (*pretest)* dan tes akhir (*posttest)* dalam pembelajaran menulis persuasif dalam teks iklan dan pengaruhnya pada kemampuan berpikir kreatif dengan model *think talk write* pada peserta didik kelas VIII SMPN 19 Bandung. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menelaah:

1. kemampuan peserta didik dalam menulis persuasif pada teks iklan yang menggunakan model *think talk write* lebih baik daripada peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional;
2. kemampuan berpikir kreatif peserta didik yang pempelajarannya menggunakan model *think talk write* lebihbaik daripada peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional;
3. pengaruh model *think talk write* terhadap peningkatan kemampuan berpikir kreatif dan menulis persuasif daripada peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional.

Penulisan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis, pendidik, peserta didik, penulis lanjutan dan lembaga. Penulisan ini memberikan manfaat secara teoritis dan secara praktis. Manfaat penulisan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Guru

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengajar jika menggunakan model pembelajaran yang tepat dan menarik dapat menjadi solusi untuk menciptakan suasana belajar yang efektif.

1. Bagi Peserta Didik

Penelitian ini diharapkan mampu mengubah siswa dalam kemampuan menulis teks. Dengan menggunakan model *think talk write,* siswa diharapkan tidak kesulitan lagi dalam proses mengonstruksi ide-ide kreatif mereka untuk menjadi sebuah tulisan.

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam memilih cara atau model pembelajaran yang dapat menarik minat siswa dan dapat meningkatkan hasil belajar.

Kerangka pemikiran yang men-dasari penelitian ini berasal dari per-masalahan kondisi pembelajaran pada saat ini, yaitu Menulis sulit dikuasai karena harus menuangkan kumpulan ide kreatif, kalimat dalam iklan yang digunakan peserta didik belum mengandung unsur ajakan (persuasif), pembelajaran yang konvensional (monoton). Berpikir kreatif membuat sudut pandang yang menakjubkan sehingga membangkitkan ide-ide yang tidak terduga. Sugesti dilakukan untuk membujuk konsumen sehingga tujuan persuasi tercapai. Model Think-Talk-Write (TTW) membuat hubungan antara pengetahuan yang dimiliki dengan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.

Setelah penulis melakukan penelaahan yang mendalam terhadap berbagai sumber, selanjutnya penulis menentukan hipotesis sebagai ber-ikut:

1. Kemampuan peserta didik dalam menulis persuasif pada teks iklan yang menggunakan model *think talk write* lebih baik daripada peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional.
2. Kemampuan berpikir kreatif peserta didik yang pempelajarannya menggunakan model *think talk write* lebih baik daripada peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional
3. Model *think talk write* berpengaruh terhadap peningkatan kemampuan berpikir kreatif dan menulis persuasif dalam teks iklan daripada peserta didik yang memperoleh pembelajarann secara konvensional.

**METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan rangkaian kegiatan pelaksanaan penelitian. Jenis penelitian ini adalah penelitian mix methods, menurut Sugiyono (2011: 397) mix method yaitu metode yang menggabungkan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif.

Pada penelitian ini, penulis melakukan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan metode *pre-experimental design tipe one group pretest-posttest* (tes awal-tes akhir kelompok tunggal). Arikunto (2013:124) menyatakan bahwa one group pretest-posttest adalah tes yang dilakukan sebanyak 2 kali yaitu sebelum eksperimen dan sesudah eksperimen.

Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Senada dengan pernyataan Arikunto (2013:173) yang mengemukakan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Polulasi penelitian akan dilakukan pada siswa SMP di Kota Bandung

Operasionalisasi variabel dari penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pengaruh model think talk write, dan variabel bebasnya adalah Kemampuan menulis persuasif dan berpikir kreatif dalam teks iklan.

Dalam sebuah penelitian di-butuhkan instrumen penelitian sebagai alat bantu dalam m-ngumpulkan data dan pengolahan data tentang variabel-variabel yang diteliti. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka, uji coba, rencana pelaksanaan pembelajaran (RPP), observasi, dan tes.

Rancangan analisis data digunakan penulis sebagai panduan dalam menganalisis hasil penelitian dalam pembelajaran menulis persuasive dalam teks iklan. Rancangan ini ber-tujuan untuk mengetahui kemampuan penulis, baik dalam kegiatan persiapan maupun pelaksanaan pembelajaran. Format analisis data yang penulis buat yaitu, format penilaian observasi, format penilaian pe-rencanaan pembelajaran, format pe-nilaian pelaksanaan pembelajaran, serta format data hasil tes awal dan tes akhir.

**HASIL PENELITIAN**

1. **Kemampuan Peserta Didik dalam Menulis Persuasif pada Teks Iklan yang Menggunakan Model *Think Talk Write***

Berdasarkan dari nilai pretest dan posttest kelas eksperimen yang menggunakan model think talk write nilai thitung sebesar 2,221 dan nilai df diperoleh ttabel sebesar 2,052 dengan demikian thitung>ttabel. Ini menunjukkan bahwa nilai pretest dan posttest kelas eksperimen yang menggunakan model think talk write secara signifikan dapat memberikan peningkatan kemampuan komunikasi dan meningkatkan kemampuan berpikir peserta didik.

Pada kelas eksperimen yang menggunakan model think talk write lebih unggul nilainya dibandingkan dengan kelas kontrol yang menggunakan model konvensional, artinya kemampuan peserta didik kelas eksperimen lebih baik dibandingkan kelas kontrol. Model pembelajaran think talk write mampu meningkatkan kemampuan peserta didik dalam berpikir kreatif dalam proses pembelajarannya, seperti menghasilkan gagasan dan dapat melihat suatu masalah dari sudut pandang yang berbeda-beda, mampu melahirkan ungkapan yang baru dan unik, serta menambah atau merinci dari suatu obyek dan gagasan sehingga menjadi lebih menarik.

Berbeda dengan model konvensional yang kurang melibatkan peserta didik dalam proses pembelajarannya, hal ini mengakibatkan peserta didik menjadi pasif dalam proses pembelajaran dan berdampak pada rendahnya kemampuan menulis persuasif dalam teks iklan. Hal itu bias disimpulkan bahwa model pembelajaran think talk write lebih baik dibandingkan dengan kelas yang pembelajarannya menggunakan model konvensional.

1. **Kemampuan Berpikir Kreatif Peserta Didik yang Pempelajarannya Menggunakan Model Think Talk Write Lebih Baik dibandingkan Konvensional**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kemampuan berpikir kreatif peserta didik yang memperoleh pembelajaran menggunakan model think talk write dengan kemampuan peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional. Hal ini dapat dilihat dari hasil yang diperoleh peserta didik dalam pembelajaran menggunakan model think talk write lebih baik dibandingkan dengan pembelajaran secara konvensional.

Kemampuan berpikir kreatif peserta didik di kelas eksperimen dan kelas kontrol dapat dilihat dari hasil pretest dan posttest yang sudah diakukan. Pada pelaksanaan pretest, peserta didik kelas eksperimen dan kelas kontrol memiliki perbedaan. Rata-rata nilai pretest di kelas eksperimen sebesar 43.17 sedangkan rata-rata di kelas kontrol 36.96. Berdasarkan hasil pretest kemampuan berpikir kreatif peserta didik antara kelas eksperimen dan kontrol diberikan perlakuan yang berbeda. Hasil posttest yang muncul keduanya memiliki peningkatan dalam berpikir kreatif. Rata-rata nilai posttest di kelas eksperimen 67.48 dan di kelas kontrol 53.00 . Peningkatan tersebut menggambarkan bahwa kemampuan berpikir kreatif peserta didik yang menggunakan model think talk write mengalami peningkatan lebih tinggi dibandingkan pembelajaran konvensional. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan model think talk write dalam pembelajaran menulis persuasi dalam teks iklan berpengaruh terhadap kemampuan berpikir kreatif peserta didik.

Model pembelajaran ditambah dengan media pembelajaran yang menarik dan teknik pembelajaran yang tepat akan mempengaruhi proses berpikir kreatif peserta didik. Pehkonen dalam Siswono (2009) mendefinisikan berpikir kreatif sebagai kombinasi antara berpikir logis dan berpikir divergent yang didasarkan pada intuisi tapi masih dalam kesadaran. Hal ini dikarenakan berpikir kreatif bisa muncul karena model pembelajaran, media dan mampu memunculkan cara berpikir yang berbeda atau divergent.

Dalam proses pembelajaran menulis persuasi dalam teks iklan diperlukan cara-cara untuk membangkitkan proses berpikir kreatif, karena dalam iklan kita harus out of the box agar menarik. Caranya yakni membaca buku, membuka internet, atau berdiskusi untuk memperluas wawasan sehingga peserta didik akan mampu berpikir lancar, luwes, orsinal, dan elaboratif.

1. **Pengaruh Kemampuan Peserta Didik dalam Menulis Persuasif terhadap Berpikir Kreatif Peserta Didik menggunakan Model Think Talk Write**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, model think talk write mampu membuat peserta didik berpikir lebih kreatif. Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil penilaian yang dilakukan. Rata-rata peserta didik unggul pada berpikir elaboratif (elaboration) dengan jumlah nilai 410, yakni peserta didik mampu menghiasi produk agar menarik, mengembangkan atau memperkaya gagasan atau produk menjelaskan suatu objek, gagasan atau situasi sehingga lebih menarik, dan mampu mendeskripsikan produk dengan menarik. Lalu disusul dengan penilaian berpikir luwes (flexibility) dengan jumlah nilai 405, yakni peserta didik mampu memberikan gagasan bervariasi berdasarkan strukur iklan, mampu memberikan atau melihat sudut pandang yang berbeda tentang suatu produk yang dibuat, mampu menentukan struktur kalimat berdasarkan kalimat sederhana, dan mampu mengembangkan topik karangan persuasif. Selanjutnya berpikir lancar (fluency) dengan jumlah nilai 390, yakni kemampuan peserta didik dalam mencetuskan ide, mengungkapkan gagasan persuasive, menyusun kalimat positifm dan memikirkan lebih dari satu jawaban persuasive, dan yang terakhir yakni berpikir orsinal (originality) yang memperoleh skor 360, yaitu kemampuan siswa dalam memikirkan produk baru, melahirkan ungkapan baru, memikirkan nama baru, danmembuat kombinasi yang tidak biasa.

**SIMPULAN**

Berdasarkan implementasi model pembelajaran *think talk write* dalam pembelajaran menulis persuasif dan berpikir kreatif dalam teks iklan pada peserta didik kelas VIII di SMPN 19 Bandung dan pembahasan hasil penelitan yang telah dibahas pada BAB IV, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Pembelajaran menggunakan model *think talk write* merupakan model yang membuat peserta didik menjadi lebih interaktif dengan peserta didik lainnya. Dilihat dari nilai pretest dan posttest kerlas eksperimen yang menggunakan model think talk write nilai thitung sebesar 2,221 dan nilai df diperoleh ttabel. sebesar 2,052 dengan demikian thitung>ttabel. Ini menunjukkan bahwa nilai pretest dan posttest kelas eksperimen yang menggunakan model think talk write secara signifikan dapat memberikan peningkatan kemampuan komunikasi dan meningkatkan kemampuan berpikir peserta didik. Berdasarkan penelitian tersebut, penelitian yang menggunakan model *think talk write* perlu mengikuti semua langkahnya, mulai dari berpikir (think) dengan cara memberikan tayangan atau kasus mengenai sebuah materi dan membuat catatan kecil secara individu tentang apa yang ia ketahui dalam masalah tersebut. Kegiatan ini bertujuan agar peserta didik dapat membedakan atau menyatukan ide-ide yang terdapat pada bacaan untuk kemudian diterjemahkan kedalam bahasa sendiri. Lalu dilanjutkan dengan proses berbicara atau berdiskusi *(talk)* secara berkelompok. Dalam kegiatan ini mereka menggunakan bahasa dan kata-kata mereka sendiri untuk menyampaikan ide-ide dalam diskusi. Pemahaman dibangun melalui interaksinya dalam diskusi. Diskusi diharapkan dapat menghasilkan solusi atas soal yang diberikan. Selanjutnya dengan menulis *(write)* apa yang peserta didik pikirkan kedalam sebuah tulisan. Pada tulisan itu, peserta didik menghubungkan ide-ide yang diperolehnya melalui diskusi.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kemampuan berpikir kreatif peserta didik yang memperoleh pembelajaran menggunakan model think talk write dengan kemampuan peserta didik yang memperoleh pembelajaran secara konvensional. Hal ini dapat dilihat dari hasil yang diperoleh peserta didik dalam pembelajaran menggunakan model *think talk write* lebih baik dibandingkan dengan pembelajaran secara konvensional. Kemampuan berpikir kreatif peserta didik di kelas eksperimen dan kelas kontrol dapat dilihat dari hasil pretest dan posttest yang sudah diakukan. Pada pelaksanaan *pretest*, peserta didik kelas eksperimen dan kelas kontrol memiliki perbedaan. Rata-rata nilai pretest di kelas eksperimen sebesar 43,17 sedangkan rata-rata di kelas kontrol 36,96. Berdasarkan hasil pretest kemampuan berpikir kreatif peserta didik antara kelas eksperimen dan kontrol diberikan perlakuan yang berbeda. Hasil posttest yang muncul keduanya memiliki peningkatan dalam berpikir kreatif. Rata-rata nilai posttest di kelas eksperimen 67,48 dan di kelas kontrol 53,00. Peningkatan tersebut menggambarkan bahwa kemampuan berpikir kreatif peserta didik yang menggunakan model *think talk write* mengalami peningkatan lebih tinggi dibandingkan pembelajaran konvensional. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan model *think talk write* dalam pembelajaran menulis persuasi dalam teks iklan berpengaruh terhadap kemampuan berpikir kreatif peserta didik.
3. Model think talk write mampu membuat peserta didik berpikir lebih kreatif. Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil penilaian yang dilakukan. Rata-rata peserta didik unggul pada berpikir elaboratif (elaboration) dengan jumlah nilai 410, yakni peserta didik mampu menghiasi produk agar menarik, mengembangkan atau memperkaya gagasan atau produk menjelaskan suatu objek, gagasan atau situasi sehingga lebih menarik, dan mampu mendeskripsikan produk dengan menarik. Lalu disusul dengan penilaian berpikir luwes (flexibility) dengan jumlah nilai 405, yakni peserta didik mampu memberikan gagasan bervariasi berdasarkan strukur iklan, mampu memberikan atau melihat sudut pandang yang berbeda tentang suatu produk yang dibuat, mampu menentukan struktur kalimat berdasarkan kalimat sederhana, dan mampu mengembangkan topik karangan persuasif. Selanjutnya berpikir lancar (fluency) dengan jumlah nilai 390, yakni kemampuan peserta didik dalam mencetuskan ide, mengungkapkan gagasan persuasive, menyusun kalimat positifm dan memikirkan lebih dari satu jawaban persuasive, dan yang terakhir yakni berpikir orsinal (originality) yang memperoleh skor 360, yaitu kemampuan siswa dalam memikirkan produk baru, melahirkan ungkapan baru, memikirkan nama baru, dan membuat kombinasi yang tidak biasa.

**Saran**

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh model think talk write terhadap kemampuan menulis persuasif dan berpikir kreatif pada teks iklan, terdapat beberapa saran, yakni sebagai berikut.

1. Kepada Guru

Bagi guru bidang studi Bahasa Indonesia, pembelajaran dengan model think talk write dapat dijadikan alternative dalam pembelajaran teks iklan, karena mampu membangkitkan kreativitas peserta didik dan menunjang kemampuan menulis peserta didik dalam menuangkan ide-idenya. Jadi berpikir kreatif menjadi modal dasar bagi semua orang untuk dapat menulis dengan baik dan kreatif yang dapat membangun imajinasi seseorang dalam menulis.

Model think talk write menjadi model yang diminati peserta didik karena dalam proses pembelajarannya sangat menyenangkan, apalagi menggunakan tayangan atau media yang menarik bagi peserta didik. Model think talk write juga membantu siswa dalam pemecahan materi ajar, dapat membuat siswa menjadi lebih kreatif, memiliki keterampilan berinteraksi sosial, dan mampu membiasakan siswa berpikir dan berkomunikasi.

Model pembelajaran think talk write hendaknya diterapkan untuk materi pembelajaran yang esensial, tidak semua materi pembelajaran dapat menggunakan model think talk write. Karena model ini memerlukan waktu apalagi dalam berpikir kreatif, karena perlunya informasi dan inspirasi bagi peserta didik.

1. Kepada Lembaga Terkait

Pembelajaran dengan menggunakan model think talk write masih cukup asing digunakan. Maka dari itu, model think talk write perlu disosialiasikan oleh pihak sekolah, dengan harapan mampu meningkatkan kemampuan menulis dan berpikir kreatif peserta didik.

1. Kepada Peneliti yang Berminat

Penelitian yang penulis lakukan hanya berkisar pada pembelajaran menulis persuasif pada teks iklan. Oleh karena itu, penulis berharap kepada para pembaca pada umumnya dan peneliti lain yang berminat untuk dapat melakukan penelitian lanjut dalam aspek yang lain agar memperoleh hasil yang lebih baik. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji aspek lain yang belum terjangkau pada penelitian ini, seperti berpikir kritis dan menggunakan materi ajar yang lain.

**Referensi**

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

Astarina, Ika Sari. 2009. *Peningkatan Keterampilan Menulis Paragraf Persuasif Berdasarkan Iklan di Media Cetak dengan Model Pembelajaran dan Penilaian Portofolio pada Siswa Kelas X E SMA 8 Semarang*. Skripsi. Semarang: Unnes.

Ernawati, Kukuh. 2009. *Peningkatan Keterampilan Menulis Iklan Melalui Teknik Pemodelan pada Siswa Kelas VII-D SMP 2 Wanadadi Kabupaten Banjarnegara.* Semarang: Unnes.

Indriani, Mikke Novia. 2015*. Pengaruh Model Pembelajaran Think-Talk-Write (TTW) terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Peserta Didik Kelas VII SMP N 1 Rembang pada Materi Bilangan Pecahan Tahun Pelajaran 2014/2015*. UIN Walisongo: Semarang.

Nurgiyantoro, Burhan. 2010. *Penilaian Pembelajaran Bahasa Berbasis Kompetensi.* Yogyakarta: BPFE.

Mahmudi, A. 2010. *Mengukur Kemampuan Berpikir Kreatif Matematis.* Makalah. Konferensi Nasional Matematika XV UNIMA: Manado

Siswono, Tatag Yuli Eko. 2009*. Upaya Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kreatif Siswa Melalui Pengajuan Masalah*. Laporan Penelitian. Jurusan Matematika FMIPA UNESA.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Zainurrahman. 2011. *Menulis: Dari Teori Hingga Praktik.* Alfabeta: Bandung.