

**TINGKAT KEMAMPUAN MENULIS IKLAN BARIS
SISWA SMP KARTIKA 1 – 6 PADANG**

SKRIPSI

**untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**



**INDRIYETTI
NIM : 2007 / 90569**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
JURUSAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA DAN DAERAH
FAKULTAS BAHASA SASTRA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2009**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

Judul : Tingkat Kemampuan Menulis Iklan Baris Siswa SMP
Kartika 1-6 Padang
Nama : Indriyetti
NIM : 90569
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah
Jurusan : Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah
Fakultas : Bahasa Sastra dan Seni

Padang, Februari 2009

Disetujui Oleh;

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ngusman, M.Hum.
NIP. 1320125920

Dr. Harris Effendi Thahar, M.Pd.
NIP. 130685913

Ketua Jurusan

Dra. Emidar, M.Pd.
NIP. 131645040

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Indriyetti

NIM : 2007/90569

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan di depan Tim Penguji
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah
Fakultas Bahasa Sastra dan Seni
Universitas Negeri Padang
dengan Judul

**Tingkat Kemampuan Menulis Iklan Baris
Siswa SMP Kartika 1-6 Padang**

Padang, Maret 2009

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua : Dr. Ngusman, M.Hum

2. Sekretaris : Dr. Harris Effendi Thahar, M.Pd.

3. Anggota : Dr. Ermanto, M.Pd.

4. Anggota : Prof. Drs. M. Atar Semi

5. Anggota : Drs. Irfani Basri, M.Pd.

ABSTRAK

Indriyetti, 2009. “Tingkat Kemampuan Menulis Iklan Baris Siswa SMP Kartika 1 – 6 Padang”. *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Bahasa Sastra dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini membahas tentang tingkat kemampuan menulis iklan baris siswa kelas IX SMP Kartika 1-6 Padang dari segi kekomunikatifan, kelengkapan informasi, kesingkatan penyajian, dan tidak menyinggung produk lain.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Sampel penelitian berjumlah 38 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan tes kepada siswa kelas IX SMP Kartika 1-6 Padang. Analisis data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: *pertama*, memberi skor sesuai dengan indikator penilaian. *Kedua*, mengolah skor menjadi nilai dengan menggunakan rumus persentase. *Ketiga*, mengelompokkan kemampuan menulis iklan baris berdasarkan skala 10. *Keempat*, mendeskripsikan tingkat kemampuan siswa dengan memasukkan nilai dalam rentangan kualifikasi tingkat kemampuan menulis iklan baris. *Kelima*, merumuskan simpulan penelitian.

Berdasarkan analisis data, tingkat kemampuan menulis iklan baris siswa kelas IX SMP Kartika 1-6 Padang secara umum tergolong pada kualifikasi baik sekali dengan nilai rata-rata 91,22 dalam rentangan (1--100%). Tingkat kemampuan siswa dalam menulis iklan baris dari segi kekomunikatifan tergolong baik dengan perolehan nilai rata-rata 85,95. Tingkat kemampuan siswa menulis iklan baris dari segi kelengkapan keinformatifan tergolong pada kualifikasi baik sekali dengan nilai rata-rata 86,84. Adapun tingkat kemampuan menulis iklan baris dari segi kesingkatan penyajian tergolong pada kualifikasi baik sekali dengan perolehan nilai rata-rata 92,10. Tingkat kemampuan siswa menulis iklan baris dari segi tidak menyinggung produk lain tergolong pada kualifikasi sempurna.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Syukur alhamdulillah penulis hadapkan ke hadirat Allah Yang Maha Kuasa, yang telah memberikan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Tingkat Kemampuan Siswa Kelas IX SMP Kartika 1-6 Padang dalam Menulis Iklan Baris”

Penulis, menyadari bahwa kesempurnaan penulisan skripsi ini bukan lah mutlak dari penulis sendiri. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat. Pihak yang dimaksud adalah; (1) Dr. Ngusman, M.Hum, sebagai Pembimbing I, (2) Dr. Harris Effendi Thahar, M.Pd, sebagai Pembimbing II, (3) Tim Penguji Skripsi Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia FBSS UNP Padang, (4) Emidar, M.Pd. Sebagai Ketua dan (5) Dra. Nur Izzati, M.Hum, sebagai Sekretaris Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang, (5) seluruh staf pengajar Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, (6) Kepala Sekolah, seluruh staf pengajar siswa SMP Kartika 1 – 6 Padang, dan (7) Semua pihak yang ikut berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga bantuan, bimbingan dan motivasi Bapak, Ibu, serta saudara-saudari menjadi amal kebaikan di sisi Tuhan Yang Maha Kuasa. Mudah-mudahan apa yang telah penulis lakukan dapat bermanfaat bagi pembaca.

Padang, Februari 2009

Penulis

Indriyetti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II KERANGKA TEORETIS	
A. Kajian Teori	6
B. Penelitian yang Relevan.....	13
C. Kerangka Konseptual.....	13
BAB III RANCANGAN PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	15
B. Populasi dan Sampel	15
C. Prosedur Penelitian	16
D. Instrumen Penelitian	16

E. Teknik Pengumpulan Data.....	17
F. Teknik Penganalisaan Data	17
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Data.....	20
B. Analisis Data.....	20
C. Pembahasan	28
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	32
B. Saran.....	33
DAFTAR PUSTAKA	34
INDEKS PENGARANG.....	35
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Populasi dan Sampel Penelitian	16
Tabel 2	Indikator Penilaian Secara Umum	18
Tabel 3	Format Tingkat Kemampuan Siswa Menulis Iklan Baris Per Indikator	18
Tabel 4	Klasifikasi Tingkat Kemampuan Siswa Menulis Iklan Baris	19
Tabel 5	Tingkat Kemampuan Siswa Menulis Iklan Baris Secara Umum...	22
Tabel 6	Tingkat Kemampuan Siswa Menulis Iklan Baris dari segi Kekomunikatifan.....	23
Tabel 7	Tingkat Kemampuan Siswa Menulis Iklan Baris dari segi Kelengkapan Keinformatifan	24
Tabel 8	Tingkat Kemampuan Siswa Menulis Iklan Baris dari segi Kesyukuran Penyajian.....	26
Tabel 9	Tingkat Kemampuan Siswa Menulis Iklan Baris dari segi tidak menyinggung produk lain	27
Tabel 10	Klasifikasi Tingkat Kemampuan Siswa Menulis Iklan Baris	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Pengumpulan Data Penelitian	36
Lampiran 2 Penskoran Data Berdasarkan Indikator Penilaian	38
Lampiran 3. Instrumen Pengumpulan Data Penelitian	40

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mata pelajaran Bahasa Indonesia merupakan mata pelajaran yang memuat empat keterampilan berbahasa yaitu keterampilan menyimak, berbicara, membaca, dan menulis. Keempat keterampilan berbahasa tersebut memiliki banyak manfaat dalam kehidupan manusia yang tidak terlepas dari bahasa sebagai alat komunikasi sehari-hari. Salah satu keterampilan berbahasa yang dapat menentukan keberhasilan seseorang dalam kehidupan sehari-hari adalah keterampilan menulis.

Menulis merupakan suatu keterampilan berbahasa yang digunakan untuk menyampaikan ide dan pikiran oleh seseorang dalam bentuk simbol atau tanda. Tidak semua orang dapat menulis dengan baik karena menulis bukanlah hal yang mudah, dalam hal ini seseorang dituntut memiliki pengetahuan yang luas agar dia tidak mendapat kesulitan dalam menulis. Untuk dapat menulis dengan baik, maka seseorang harus menguasai keterampilan menyimak dan membaca dengan baik karena kedua keterampilan itu dapat membantu untuk lebih mahir dalam menulis.

Keterampilan menulis pada umumnya mulai diajarkan di Sekolah Dasar sampai Perguruan Tinggi. Namun keterampilan menulis akan lebih baik apabila seseorang rajin berlatih secara terbimbing dengan baik, sehingga lebih mudah dalam menuangkan segala ide dan pikirannya dalam bentuk tulisan.

Pemilihan media yang tepat merupakan salah satu faktor yang dapat membantu siswa menguasai keterampilan menulis, karena media dapat

merangsang kemampuan berpikir siswa sehingga membuat tulisan menjadi lebih terarah. Media yang digunakan untuk membuat sebuah tulisan berupa media cetak, salah satu bentuk tulisan yang dimuat di media cetak adalah menulis iklan baris, yaitu penulisan iklan yang terdiri dari beberapa baris atau kalimat secara singkat, dengan syarat komunikatif, singkat, lengkap dan tidak menyinggung produk lain.

SMP Kartika 1 – 6 Padang adalah salah satu lembaga pendidikan di Kota Padang, yang siswanya berasal dari berbagai lapisan masyarakat yang ada dan telah memakai Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP), di antara kurikulum tersebut adalah menulis iklan baris dan diajarkan pada kelas VII dan VIII Kompetensi Dasar 4.1. Namun, yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah kelas IX, dengan alasan, tentunya kelas IX telah menguasai sepenuhnya yang berkenaan dengan penulisan iklan baris.

Berdasarkan pengamatan sementara dan hasil wawancara informal penulis dengan guru bahasa Indonesia di SMP Kartika 1 – 6 Padang, bahwa siswa belum sepenuhnya menguasai cara menulis iklan baris yang tepat. Hal ini ditemukan pada ulangan harian untuk menilai keberhasilan materi yang telah diajarkan tentang menulis iklan baris. Soal ulangan tersebut berbentuk wacana dalam bentuk penjualan barang, kemudian siswa mengolah menjadi sebuah tulisan dalam bentuk iklan baris. Jawaban siswa dari ulangan tersebut, dilihat dari kekomunikatifan, kelengkapan keinformatifan, kesingkatan penyajian, dan tidak menyinggung produk lain.

Hasil dari tulisan siswa dari segi kekomunikatifan, sebagian siswa masih belum mengerti dan penggunaan bahasa yang tidak komunikatif sehingga kesan dari tulisan itu kurang menarik perhatian, padahal bahasa yang komunikatif dapat menumbuhkan keinginan para pembaca dan konsumen untuk melihat apa yang diiklankan. Jawaban siswa dari segi kelengkapan keinformatifan masih ada sebagian siswa mempergunakan bahasa yang rancu, sehingga dapat membingungkan konsumen dan pembaca, sedangkan dari segi kesingkatan penyajian, sebagian siswa ada yang menulis terlalu singkat dan bahkan setiap kalimat lebih dominan dipakai huruf konsonan sehingga kesulitan dalam mencerna tulisan. Di samping itu, siswa juga ada yang menulis terlalu panjang.

Adapun rata-rata perolehan jawaban dapat dikatakan baik dari keempat indikator tersebut adalah tidak menyinggung produk lain, namun masih ada juga di antara siswa menulis iklan baris menyinggung produk lain akan tetapi tidak banyak. Untuk mengetahui tingkat kemampuan siswa secara lebih dalam tentang penulisan iklan baris, penulis ingin mengkaji lebih lanjut dalam bentuk penelitian bagaimana tingkat kemampuan menulis iklan baris siswa SMP Kartika 1-6 Padang

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan dan wawancara dengan guru bahasa Indonesia, ada beberapa masalah yang dapat diidentifikasi di SMP Kartika 1 – 6 Padang. *Pertama*, sulitnya siswa menggunakan bahasa iklan yang komunikatif. *Kedua*, sulitnya siswa menggunakan bahasa yang informatif. *Ketiga*, penggunaan kalimat

singkatan yang belum tepat. *Keempat*, masih ada di antara tulisan siswa yang menyinggung produk lain.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih jelas dan terarah, penulis membatasi masalah yang akan diteliti pada tingkat kemampuan menulis iklan baris siswa kelas IX SMP Kartika 1 – 6 Padang. Penelitian ini ditinjau dari segi kekomunikatifan, kelengkapan keinformatifan, kesingkatan penyajian dan tidak menyinggung produk lain.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, dapatlah dirumuskan masalah penelitian, (1) Bagaimanakah tingkat kemampuan menulis iklan baris siswa kelas IX SMP Kartika 1 – 6 Padang dari segi kekomunikatifan? (2) Bagaimanakah tingkat kemampuan menulis iklan baris siswa kelas IX SMP Kartika 1 – 6 Padang dari segi kelengkapan keinformatifan? (3) Bagaimanakah tingkat kemampuan menulis iklan baris siswa kelas IX SMP Kartika 1 – 6 Padang dari segi kesingkatan penyajian? (4) Bagaimanakah tingkat kemampuan menulis iklan baris siswa kelas IX SMP Kartika 1 – 6 Padang dari segi tidak menyinggung produk lain?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan tingkat kemampuan menulis iklan baris siswa kelas IX SMP Kartika 1 – 6 Padang dari segi (1) kekomunikatifan, sehingga hasil tulisan iklan baris mudah dipahami oleh

pembaca, (2) kelengkapan keinformatifan, sehingga isi yang disampaikan lengkap dan tidak membingungkan, (3) kesingkatan penyajian, sehingga penggunaan bahasa penulisan singkat padat dan tepat, (4) tidak menyinggung produk lain, sehingga produk yang diiklankan tidak berkesan imitasi atau tiruan.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. Pihak tersebut adalah (1) peneliti, sebagai bahan kajian akademik dan bekal pengetahuan di lapangan. (2) guru Bahasa Indonesia, sebagai masukan dalam mengajarkan keterampilan menulis iklan baris kepada siswa dan mengetahui sejauh mana tingkat kemampuan siswa tersebut. (3) siswa, membantu siswa menimbulkan minat dalam menulis terutama menulis iklan baris. (4) Peneliti lain, sebagai informasi dan perbandingan dalam penelitian.

BAB II

KERANGKA TEORETIS

A. Kajian Teori

Berkaitan dengan masalah penelitian, teori yang akan diuraikan adalah teori yang berkaitan dengan permasalahan penelitian tersebut. Teori yang dimaksud, yaitu 1) hakekat menulis, 2) tujuan menulis, 3) pengertian media, 4) manfaat media, 5) pengertian iklan, 6) fungsi iklan, dan 7) menulis iklan baris.

1. Hakikat Menulis

Menulis merupakan salah satu aspek keterampilan berbahasa yang harus dikuasai dengan baik sehingga dapat menuangkan ide dan pikiran dalam bentuk lambing bahasa. Semi (1990:2) menyatakan bahwa menulis pada hakekatnya merupakan pemindahan perasaan ke dalam bentuk lambang-lambang bahasa. Kalau biasanya pikeran dan perasaan disampaikan secara lisan, dalam menulis bahasa lisan tersebut dipindahkan wujudnya ke dalam bentuk tulisan yang menggunakan *graffen*.

Suparno dan Yunus (2003:1) mengatakan menulis dapat didefenisikan sebagai suatu kegiatan penyampaian pesan (komunikasi) dengan menggunakan bahasa tulis sebagai alat dan medianya. Sejalan dengan pendapat tersebut, Tarigan (1985:210) berpendapat, menulis adalah menurunkan atau melukiskan lambang-lambang grafik yang menggambarkan suatu bahasa yang dipahami oleh seseorang, sehingga orang lain dapat membaca lambang-lambang grafik tersebut.

Dari pendapat tentang pengertian di atas dapat, disimpulkan bahwa menulis adalah suatu proses atau kegiatan memindahkan pesan, pikiran dan

perasaan dalam bentuk lambang-lambang grafik sehingga dapat dibaca dan dipahami oleh orang lain.

2. Tujuan Menulis

Dalam menulis sebuah tulisan, tak terlepas dari menentukan tujuan-tujuan tertentu sehingga mudah mengeluarkan ide ke dalam tulisan. Menurut Semi (1990:18-19), tujuan secara umum adalah; *Pertama*, memberikan arahan, yakni memberikan petunjuk kepada orang lain dengan menjelaskan sesuatu. *Kedua*, menjelaskan sesuatu, yakni memberikan uraian atau penjelasan tentang sesuatu hal yang harus diketahui oleh orang lain. *Ketiga*, menceritakan kejadian, yakni memberikan informasi tentang sesuatu yang berlangsung di suatu tempat dan suatu waktu. *Keempat*, meringkaskan, yakni membuat rangkuman suatu tulisan sehingga menjadi singkat. *Kelima*, meyakinkan, yakni tulisan yang berusaha meyakinkan orang lain agar setuju dan sependapat dengan penulis.

3. Pengertian Media

Kata media berasal dari bahasa Latin yang merupakan bentuk jamak dari *medium* yang secara harfiah berarti perantara (Sadiman, 1993:6). Briggs (dalam Sadiman, 1993:6) menyatakan bahwa media adalah segala alat fisik yang menyajikan pesan serta merangsang siswa untuk belajar. Contoh media adalah buku, film, kaset, film bingkai. Sedangkan Meluhan (dalam Harjanto, 2006:246) berpendapat bahwa media adalah suatu eksistensi manusia yang memungkinkan orang lain tidak mengadakan kontak langsung dengan dia.

Secara detil, Harjanto (2006:247) memberi pengertian, yaitu secara sempit dan secara luas, sebagai berikut;

Pengertian media secara sempit adalah media pengajaran hanya meliputi media yang dapat digunakan secara efektif dalam proses yang terencana. Sedangkan dalam arti luas media tidak hanya meliputi media komunikasi elektronik yang kompleks, akan tetapi juga mencakup alat-alat sederhana, seperti slide, fotografi, diagram, dan bagan buatan, guru, objek-objek nyata serta kunjungan ke luar sekolah.

Beberapa pendapat tersebut mengemukakan bahwa media pembelajaran merupakan sebagai alat Bantu yang digunakan dalam proses belajar dan mengandung pesan agar dapat merangsang atau mempengaruhi siswa untuk berfikir sehingga tujuan pembelajaran dapat tercapai dengan baik.

4. Manfaat Media

Pada dasarnya, media bermanfaat untuk merangsang dan menimbulkan minat siswa dalam proses belajar mengajar. Media pembelajaran memiliki beberapa manfaat. Sadiman (1986:77) mengemukakan 5 manfaat media. *Pertama*, memperjelas penyajian pesan agar tidak terlalu bersifat verbalitas (dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan belaka). Dengan begitu, proses belajar tidak menjadi monoton, siswa tidak hanya dituntut untuk menulis atau berbicara, akan tetapi siswa akan melihat suatu alat atau media peraga yang dapat mempermudah siswa dalam memahami pelajaran tersebut. *Kedua*, mengatasi keterbatasan ruang, waktu dan daya indera. Dengan menggunakan media, siswa tidak perlu lagi bersusah payah membayangkan suatu kejadian atau langsung terjun ke lapangan untuk memperoleh fakta yang terjadi di lapangan. *Ketiga*, dengan menggunakan media pendidikan secara tepat dan bervariasi dapat diatasi sikap positif anak didik. Apabila guru/tenaga pengajar dapat memilih media dengan tepat, dapat memotivasi siswa lebih aktif dalam mengikuti proses belajar mengajar. *Keempat*,

dapat menyatukan perbedaan pengalaman antara siswa dan guru karena dengan media yang sama. *Kelima*, memungkinkan siswa untuk belajar menurut kemauannya sesuai dengan kreatifitas siswa masing-masing.

5. Pengertian Iklan

Iklan merupakan salah satu wacana komunikasi sebagai wadah penyampaian pesan. Istilah iklan ini sering dinamai dengan sebutan yang berbeda-beda. Di Prancis, iklan diistilahkan dengan *reclame* yang berarti meneriakkan sesuatu secara berulang-ulang. Bangsa Belanda menyebutkan dengan *advertentie* yang berarti berlari menuju ke depan. Oleh Indonesia sendiri, istilah iklan diadopsi dari bahasa Arab *I'lan* (Widyatama, 2007:13). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan bahwa iklan adalah untuk membujuk khalayak ramai agar tertarik pada produk yang ditawarkan.

Selanjutnya, Arifin (1992:6) menyatakan bahwa iklan merupakan bentuk pemakaian bahasa yang digunakan sedemikian rupa sehingga pesan yang dikandungnya dapat diterima atau dicerna oleh kelompok masyarakat sasaran yang pada gilirannya kelompok sasaran itu dapat memberikan umpan balik yang berupa keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan.

Sementara itu, beberapa ahli memaknai iklan dalam beberapa pengertian, ada yang mengartikan dalam sudut pandang komunikasi, murni periklanan, pemasaran dan ada pula yang memaknai dalam perspektif psikologi. Donn dan Burban (dalam Widyatama, 2007:15) menuliskan bahwa iklan merupakan bentuk kegiatan komunikasi nonpersonal yang disampaikan lewat media. Dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk kepada konsumen. Rianto (2001) mengungkapkan, bahwa Di

Indonesia, Masyarakat Periklanan Indonesia (MPI) mengartikan iklan sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk atau jasa yang disampaikan lewat suatu media dan ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Sementara istilah peiklanan diartikan sebagai keseluruhan proses yang meliputi persiapan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan penyampaian iklan.

Dari beberapa pendapat pakar tentang pengertian iklan di atas, terlihat bahwa sungguhpun berbeda dalam pandangan dan pendapat, namun pada hakekatnya adalah sama yaitu menuangkan ide dan pikiran lewat media yang digunakan untuk menarik konsumen agar tertarik kepada produk yang dimilikinya.

6. Fungsi Iklan

Menurut Liliwery (Widyatama, 2007:144), iklan mempunyai fungsi yang sangat luas. Fungsi-fungsi tersebut meliputi fungsi pemasaran, fungsi komunikasi, fungsi pendidikan, fungsi ekonomi, dan fungsi sosial.

a. Fungsi pemasaran

Fungsi pemasaran adalah fungsi iklan yang diharapkan untuk membantu pemasaran atau menjual produk. Artinya, iklan digunakan untuk mempengaruhi khalayak untuk membeli dan mengonsumsi produk.

b. Fungsi komunikasi

Fungsi komunikasi adalah iklan sebenarnya merupakan bentuk pesan dari komunikator kepada khalayak.

c. Fungsi pendidikan

Fungsi pendidikan mengandung makna bahwa iklan merupakan alat yang dapat membantu mendidik khalayak mengenai sesuatu, agar mengetahui dan mampu melakukan sesuatu.

d. Fungsi sosial

Fungsi sosial ini mengandung arti bahwa iklan mampu menjadi penggerak ekonomi agar kegiatan ekonomi tetap dapat berjalan.

7. Menulis Iklan Baris

Setiap orang mempunyai berbagai keperluan dalam hidupnya. Keperluan akan barang-barang, keperluan akan sosialisasi dengan lingkungan, keperluan akan pekerjaan dan lain-lain. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk memenuhi keperluan tersebut. Salah satunya dengan menelusuri iklan yang dimuat di media cetak atau media elektronika.

Menurut Sutarmo (2008 : 71), iklan biasanya dipasang di dalam media cetak (surat kabar atau majalah) dan media elektronika (radio, televisi, atau internet). Iklan juga sering kita saksikan di tempat-tempat umum, seperti di terminal, stasiun, bandara, pelabuhan, perempatan jalan raya, dan pasar.

Iklan yang dimuat di koran jika dilihat dari ukurannya dapat dibedakan atas iklan kolom dan iklan baris. Iklan kolom dapat dilihat dari ukurannya lebih besar dari iklan baris. Bahkan, ada iklan yang penuh satu halaman koran. Hal ini tentu memerlukan biaya yang mahal bagi pemasang iklan kolom tersebut. Iklan baris adalah iklan yang hanya terdiri atas beberapa baris dalam kolom. Karena terbatasnya jumlah baris dalam kolom yang disediakan, biasanya penulisan iklan baris menggunakan singkatan-singkatan untuk menghemat tempat dan tentu saja menghemat biaya untuk pemasangan. Parjimin (2005 :175) mengatakan, bahwa iklan baris yang dimuat di media cetak dibuat serba ringkas sehingga banyak dijumpai singkatan-singkatan.

Meskipun hanya terdiri atas beberapa baris, informasi yang disajikan harus lengkap sehingga memudahkan pembaca untuk memahami iklan yang ditawarkan. Selain itu, singkatan-singkatan yang digunakan harus mudah ditafsirkan atau dipahami oleh pembaca. Parjimin (2005 : 176) syarat-syarat iklan baris adalah :

a. Komunikatif

Komunikatif berarti maksud dalam iklan langsung dapat ditangkap pembaca.

b. Singkat

Iklan baris ditulis singkat karena berhubungan dengan biaya, sehingga yang ditulis adalah hal yang amat penting dan menggunakan singkatan.

c. Lengkap

Lengkap menunjukkan informasi yang dibutuhkan oleh pembaca iklan.

d. Tidak menyinggung produk lain

Adapun cara penyampaian iklan baris, setidaknya ada lima cara, sebagai berikut.

a. Dibuat dalam bentuk kolom/baris

b. Menggunakan singkatan/ akronim yang lazim digunakan

c. Ditulis dalam bentuk ukuran yang sama

d. Menggunakan bahasa yang singkat, padat dan hemat

e. Biasanya disusun berdasarkan jenis yang sama.

B. Penelitian yang Relevan

Darlusi (2006) melakukan penelitian pada tahun mengenai gaya bahasa iklan dalam majalah *Aneka Yess !* dari penelitian yang dilakukannya, ditemukan

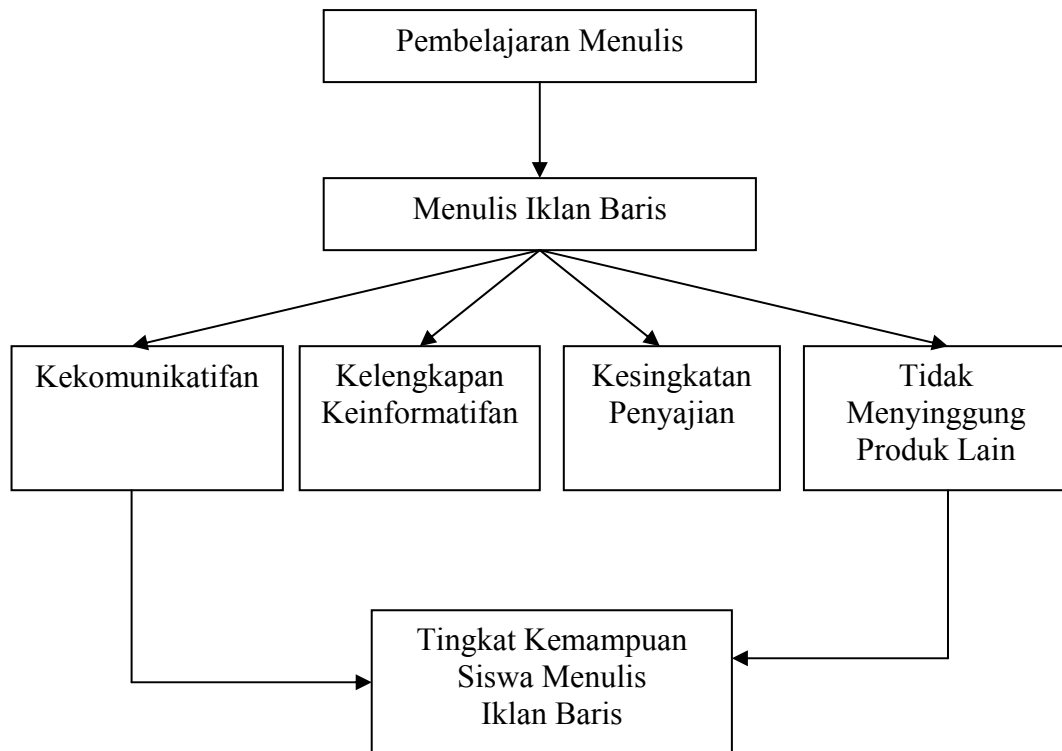
bahwa dalam majalah tersebut terdapat beberapa jenis gaya bahasa, yaitu personifikasi, metafora, hiperbola, klimaks, ellipsis, paralelisme, dan repetisi dengan gaya bahasa yang dominan adalah gaya bahasa paralelisme dan personifikasi.

Penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan penelitian di atas. Penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah masalah kemampuan siswa dalam menulis iklan baris.

C. Kerangka Konseptual

Kemampuan menulis merupakan kemampuan berkomunikasi yang sangat berperan dalam berbahasa sebab dengan menulis seseorang dapat mengekspresikan ide, pemikiran dan perasaan kepada orang lain. Dengan kata lain, menulis merupakan aktivitas berkomunikasi secara tidak langsung. Oleh karena itu, penataan tulisan perlu dilakukan dengan baik agar pembaca mengerti atau memahami apa yang dibacanya, seperti apa yang dikehendaki oleh penulis, yaitu salah satu jenis tulisan yang harus dikuasai oleh siswa.

Untuk menguji kemampuan menulis siswa, dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya adalah menulis iklan baris.

Bagan Konseptual

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini, dikemukakan kesimpulan penelitian serta beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian ini.

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data, tingkat kemampuan menulis iklan baris siswa kelas IX SMP Kartika 1 – 6 Padang secara umum tergolong pada kualifikasi baik sekali dengan nilai rata-rata 91,22 dalam rentangan (1 - 100%). Tingkat kemampuan siswa dalam menulis iklan baris dari segi ketepatan kekomunikatifan tergolong baik dengan perolehan nilai rata-rata 85,95. Tingkat kemampuan siswa menulis iklan baris dari segi kelengkapan keinformatifan tergolong pada kualifikasi baik sekali dengan nilai rata-rata 86,84. Tingkat kemampuan menulis iklan baris dari segi kesingkatan penyajian tergolong pada kualifikasi baik sekali dengan perolehan nilai rata-rata 92,10. Tingkat kemampuan siswa menulis iklan baris dari segi tidak menyinggung produk lain tergolong pada kualifikasi sempurna dengan rata-rata 100.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, dapat diketahui bahwa tingkat kemampuan menulis iklan baris siswa IX SMP Kartika 1 – 6 Padang cukup memuaskan, namun dilihat dari hasil penulisan per individu masih ada di antara siswa kekurangan-kekurangan dalam penulisan. Oleh karena itu penulis memberikan saran-saran, sebagai berikut;

Pertama, diharapkan kepada guru bahasa Indonesia SMP Kartika 1 – 6 untuk lebih berupaya lagi meningkatkan kemampuan menulis iklan baris guna meningkatkan mutu pembelajaran bahasa Indonesia. *Kedua*, seluruh komponen sekolah SMP Kartika 1 1 – 6 Padang meningkatkan media pembelajaran berupa sarana dan prasarana dan bekerja sama dengan komponen lain sehingga dapat merangsang siswa lebih aktif lagi menulis iklan baris yang relevan dengan kurikulum.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, E. Zainal, 1992. *Pemakaian Bahasa dalam Iklan dan Papan Reklame*. Jakarta : Pusat Pendidikan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darlusi, Elis Titi. 2006. “Gaya Bahasa dalam Iklan pada Majalah Aneka Yess!” *Skripsi*, Padang : FBSS UNP.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Haryanto, 2006. *Perencanaan Pengajaran*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Pardjimin, 2005, *Bahasa dan Sastra Indonesia*, Bogor : Yudhistira
- Sadiman, Arif. 1990. *Media Pendidikan*. Jakarta : Rajawali.
- Semi, M. Atar. 1990. *Menulis Efektif*. Padang : Angkasa Raya
- Suparno dan Yunus. 2003. *Keterampilan Dasar Menulis*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Sutarmo, Sarwiji Suwandi. 2008. *Bahasa Indonesia Bahasa Kebanggaanku*, Bandung : PT. Karsa Mandiri Persada
- Tarigan, Hendry Guntur. 1985. *Menulis Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung : Angkasa.
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher.