



Kemampuan Memahami Materi Teks Iklan, Slogan, dan Poster Siswa Kelas VIII

Nadia Zaini^{*1}, Elvrin Septyanti², Zulhafizh³

^{1,2,3}Universitas Riau, Indonesia

E-mail: nadia.zaini5144@student.unri.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-09-07 Revised: 2024-10-27 Published: 2024-11-01 Keywords: <i>Advertising Text;</i> <i>Slogans Text;</i> <i>Poster Text.</i>	Advertisements, slogans, and posters are often found in everyday life so they are inseparable from students' lives. Advertisements are very easy to find starting from television, radio, smartphones, on the side of the road, and at road intersections. Understanding the material of advertising texts, slogans, and posters is important for students so that they are not easily persuaded by the seduction of unnecessary advertising texts, slogans, and posters, besides that students can become capable actors of making advertisements, slogans, and posters in order to influence audiences for good purposes. This research is quantitative descriptive research. This research does not provide any treatment or action, the research only gives class VIII students an objective test related to the text material of advertisements, slogans, and posters. The results of students' answers are the ability to understand the material of advertising texts, slogans, and posters. The results prove that the level of ability of grade VIII students in understanding the material of advertising texts, slogans, and posters is still lacking, because the average score is still below the KKM 70 or with the ability category lacking.

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-09-07 Direvisi: 2024-10-27 Dipublikasi: 2024-11-01 Kata kunci: <i>Teks Iklan;</i> <i>Teks Slogan;</i> <i>Teks Poster.</i>	Iklan, slogan, dan poster sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari sehingga tidak dapat dipisahkan dari kehidupan siswa. Iklan sangat mudah ditemukan mulai dari televisi, radio, <i>smartphone</i> , di pinggir jalan, dan di persimpangan jalan. Memahami materi teks iklan, slogan, dan poster menjadi penting bagi siswa agar tidak mudah terbuju rayuan dari teks iklan, slogan, dan poster yang tidak dibutuhkan, selain itu siswa dapat menjadi pelaku pembuat iklan, slogan, dan poster yang cakap agar dapat mempengaruhi khalayak untuk tujuan kebaikan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini tidak memberikan perlakuan atau tindakan apapun, penelitian hanya memberikan siswa kelas VIII tes objektif terkait materi teks iklan, slogan, dan poster. Hasil jawaban siswa merupakan kemampuan memahami materi teks iklan, slogan, dan poster siswa. Hasil penelitian membuktikan bahwa tingkat kemampuan siswa kelas VIII dalam memahami materi teks iklan, slogan, dan poster masih kurang, karena rata-rata nilai masih di bawah KKM 70 atau dengan kategori kemampuan kurang.

I. PENDAHULUAN

Pendidikan berfungsi sebagai upaya untuk mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia lebih baik, yaitu manusia yang cakap spiritual dan intelektual. Lebih jelas dalam Pasal 3 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003, disebutkan bahwa fungsi pendidikan nasional adalah untuk mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Melalui undang-undang tersebut, bahwa pendidikan nasional berfungsi untuk mengembangkan kemampuan peserta didik, sehingga dapat dikatakan bahwa hasil akhir dari pendidikan itu adalah terbentuknya kemampuan peserta didik agar sesuai dengan tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan. Namun kemampuan dalam penelitian ini dibatasi pada kemampuan memahami materi pelajaran Bahasa Indonesia pada kurikulum 2013.

Kurikulum Bahasa Indonesia 2013 memberikan penekanan yang kuat pada teks dan pengajaran berbasis teks di sekolah. Teks-teks ini menggabungkan pengajaran keterampilan berbahasa dengan integrasi pendidikan karakter. Siswa dapat mengembangkan sikap yang lebih berkarakter dengan membacakan karya sastra

kepada mereka. Selain itu, hal ini akan mudah dicapai melalui metode ilmiah atau pengembangan karakter ilmiah. Siswa dituntut untuk mengamati, menanya, bereksperimen, mengasosiasikan, dan mengomunikasikan ketika menggunakan metode ilmiah (Ningsih, 2017). Salah satu materi pelajaran terkait teks dalam kurikulum 2013 adalah materi teks iklan, slogan dan poster.

Iklan, slogan dan poster semakin berkembang dan selalu ada dalam kehidupan sehari-hari. Dahulu iklan hanya dapat didengar dari media radio, dapat dilihat melalui media televisi, dapat dilihat melalui media cetak seperti koran dan majalah, dapat dilihat dalam bentuk spanduk yang dipasang di tempat strategis atau mudah terlihat, maupun dalam bentuk selebaran kertas yang dibagikan atau ditempel ditempat ramai orang lalu-lalang. Kondisi tersebut memungkinkan iklan, slogan dan poster dilihat oleh banyak orang, tetapi kondisi tersebut hanya memungkinkan bagi orang-orang yang kebetulan mencari iklan atau kebetulan melihat iklan dalam berbagai media tersebut. Artinya, frekuensinya masih terbatas atau dapat dibatasi.

Frekuensi kemunculan iklan, slogan, dan poster saat ini semakin sering akibat adanya internet. Orang-orang termasuk para siswa sudah akrab dengan berbagai media yang memanfaatkan internet sebagai jaringannya. Iklan, slogan dan poster saat ini sering memanfaatkan berbagai media yang menggunakan internet untuk mempromosikan produk dan jasanya kepada khalayak. Jaringan internet mengakibatkan jangkauan iklan, slogan, dan poster menjadi luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Iklan, slogan, dan poster lebih dekat dan sering dilihat oleh khalayak.

Iklan, slogan, dan poster saat ini sudah berada dalam genggamannya, karena sering muncul ketika orang-orang membuka media sosial melalui handphone, walaupun tujuannya membuka handphone hanya untuk mencari hiburan. Iklan sering muncul di media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook, Tiktok, maupun berbagai media lainnya. Media-media tersebut sering dimanfaatkan oleh banyak orang, termasuk oleh para siswa dalam mencari hiburan melalui jaringan internet. Contoh lain dari iklan, slogan, dan poster dalam kehidupan sehari-hari juga dapat ditemui pada tayangan televisi, pada siaran radio, dan di pinggir jalan. Tayangan televisi biasanya menayangkan iklan pada setiap program acaranya, begitu juga dengan radio. Perbedaan iklan pada radio hanya berbentuk

audio atau tidak dapat dilihat. Iklan dalam televisi lebih lengkap karena berbentuk audio-visual, atau iklan dapat dilihat dan didengar. Jadi, tayangan iklan di media televisi biasanya tidak hanya berbentuk iklan semata, tetapi juga ada poster dan slogannya. Sedangkan iklan di pinggir jalan biasanya berukuran besar dan berbentuk visual atau gambar. Iklan juga dapat berisikan poster maupun slogan. Saat ini, menjelang pemilu tahun 2024 banyak iklan berbentuk poster-poster para calon legislatif maupun slogan sebagai bentuk kampanye dari partai politik.

Iklan, slogan, dan poster tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan siswa, karena mudah ditemui, mulai dari televisi, dalam *handphone*, hingga di pinggir jalan. Para siswa perlu memahami iklan, slogan dan poster agar tidak mudah terbujuk rayuan berbagai iklan yang kurang dibutuhkan oleh siswa. Selain itu, dengan memahami iklan tentunya siswa dapat menjadi pelaku atau pembuat iklan, slogan dan poster. Siswa dapat memahami bagaimana cara kerja iklan agar dapat mempengaruhi khalayak, dan tentunya siswa dapat mempromosikan sesuatu dengan baik, baik itu untuk berjualan atau memasarkan sesuatu. Kondisi tersebut menunjukkan iklan, slogan dan poster penting bagi kehidupan siswa, agar siswa cakap mengelola iklan, slogan dan poster, tidak mudah terpengaruh oleh berbagai iklan yang tidak dibutuhkan, serta siswa dapat dengan bijak menulis teks iklan, slogan dan poster yang tepat.

Pentingnya materi iklan, slogan, dan poster dibuktikan dengan adanya penelitian terkait materi tersebut, sebagaimana penelitian oleh Aliyah, dkk. (2018) dan Restiana (2020) yang kemampuan memahami teks iklan, slogan dan poster siswa SMP perlu dikuasai siswa, dan merupakan materi pelajaran Bahasa Indonesia kelas VIII.

Melalui latar belakang, maka rumusan masalahnya adalah berapa siswa kelas VIII dalam memahami materi teks iklan, slogan, dan poster. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tingkat kemampuan siswa kelas VIII dalam memahami materi teks iklan, slogan, dan poster.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian hanya ingin mengetahui kemampuan siswa dalam memahami materi teks iklan, slogan, dan poster dengan memberikan tes

berupa lembaran soal objektif untuk mengetahui kemampuan sesuai materi tersebut.

Populasi penelitian merupakan siswa kelas VIII dengan jumlah 127 siswa, dan sampel ditentukan dengan rumus Slovin. Melalui rumus tersebut, diperoleh 56 siswa kelas VIII sebagai sampel penelitian. Penelitian berlokasi di SMPN 3 Ujungbatu.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

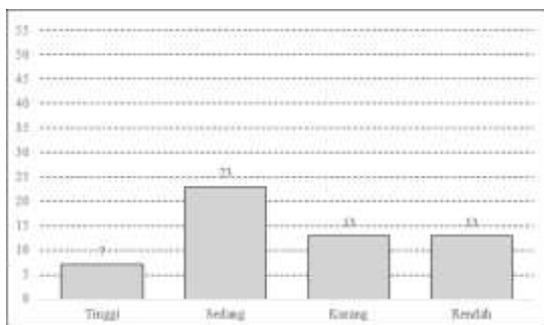
A. Hasil Penelitian

Kemampuan memahami materi teks iklan, slogan, dan poster siswa kelas VIII diketahui dari nilai yang diperoleh siswa setelah mengikuti tes kemampuan. Berikut kemampuan memahami materi teks iklan siswa kelas VIII.

Tabel 1. Kemampuan Memahami Materi Teks Iklan Siswa Kelas VIII

X	F	Persentase	Kategori
40	3	5,36%	Rendah
50	10	17,86%	Rendah
60	13	23,21%	Kurang
70	11	19,64%	Sedang
80	12	21,43%	Sedang
90	5	8,93%	Tinggi
100	2	3,57%	Tinggi
Jumlah	56	100%	

Kriteria nilai kemampuan yang diperoleh siswa adalah kriteria tinggi, sedang, kurang, dan rendah. Dimana terdapat dua nilai untuk kriteria kemampuan tinggi (nilai 90 dan nilai 100), terdapat dua nilai untuk kriteria sedang (nilai 70 dan nilai 80), hanya satu kriteria nilai kurang (nilai 60), dan terdapat dua kriteria nilai rendah (nilai 40 dan nilai 50). Lebih jelasnya mengenai kategori kemampuan siswa, dapat dilihat seperti Gambar 1 berikut.



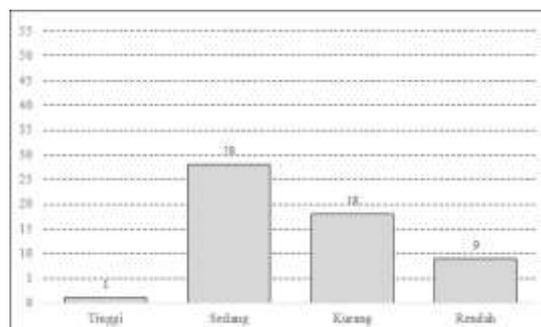
Gambar 1. Kategori Kemampuan Memahami Materi Teks Iklan Siswa Kelas VIII

Kemudian kemampuan memahami materi teks iklan siswa kelas VIII adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Kemampuan Memahami Materi Teks Slogan Siswa Kelas VIII

X	F	Persentase	Kategori
40	1	1,79%	Rendah
50	8	14,29%	Rendah
60	18	32,14%	Kurang
70	12	21,43%	Sedang
80	16	28,57%	Sedang
90	1	1,79%	Tinggi
Jumlah	56	100%	

Kriteria nilai kemampuan yang diperoleh siswa juga terdistribusi pada empat kriteria kemampuan (tinggi, sedang, kurang, dan rendah). Dimana kriteria kemampuan tinggi hanya terdapat pada nilai 90, untuk kriteria sedang terdapat dua nilai (nilai 70 dan nilai 80), kriteria kemampuan kurang juga satu nilai (nilai 60), dan kriteria rendah pada nilai 40 dan nilai 50. Kategori kemampuan siswa juga dapat dilihat seperti Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Kategori Kemampuan Memahami Materi Teks Slogan Siswa Kelas VIII

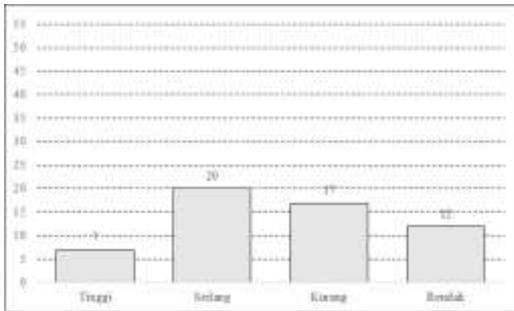
Sedangkan kemampuan memahami materi teks poster siswa kelas VIII adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Kemampuan Memahami Materi Teks Poster Siswa Kelas VIII

X	F	Persentase	Kategori
40	5	8,93%	Rendah
50	7	12,50%	Rendah
60	17	30,36%	Kurang
70	12	21,43%	Sedang
80	8	14,29%	Sedang
90	5	8,93%	Tinggi
100	2	3,57%	Tinggi
Jumlah	56	100%	

Kriteria nilai kemampuan yang diperoleh siswa meliputi kriteria nilai tinggi, sedang, kurang, dan kriteria nilai rendah. Dimana kriteria nilai tinggi ada pada dua nilai, yaitu nilai 90 dan nilai 100. Kriteria nilai sedang juga terdapat pada dua nilai, yaitu nilai 70 dan nilai 80. Kriteria nilai kurang hanya terdapat

pada satu nilai, yaitu nilai 60. Kriteria nilai rendah juga terdapat pada dua nilai kemampuan, yaitu nilai 40 dan nilai 50. Berikut disajikan kategori kemampuan memahami materi teks poster siswa.



Gambar 3. Kategori Kemampuan Memahami Materi Teks Poster Siswa Kelas VIII

B. Pembahasan

Tingkat kemampuan siswa kelas VIII dalam memahami materi teks iklan tercapai pada rata-rata 67,50 atau kategori kemampuan kurang. Siswa yang tuntas dalam memahami materi teks iklan tercapai pada 30 siswa (53,57%), dan 26 siswa (46,43%) lainnya belum tuntas.

Masih belum tuntasnya kemampuan siswa diketahui dari masih adanya siswa yang kesulitan dalam memahami kebahasaan teks iklan, menjelaskan kaidah pola penyajian teks iklan, mengenali kaidah pola penyajian teks iklan, dan memahami kaidah pola penyajian teks iklan. Namun sebagian besar siswa sudah mampu mengidentifikasi unsur iklan, memahami pengertian iklan, dan memahami unsur pembentukan iklan dengan benar.

Iklan sebaiknya menggunakan bahasa sederhana, singkat, mudah diingat, dan mudah dipahami. Pilihan kata yang berirama dan memiliki persamaan bunyi menjadi pilihan penting dalam bahasa iklan. Kaidah pola penyajian teks harus mempertimbangkan jenis iklan dan tujuan iklan. Umumnya pernyataan dalam iklan bersifat imperatif (Kosasih, 2017).

Belum tuntasnya kemampuan materi teks iklan juga didukung oleh penelitian terdahulu, yaitu oleh Daslan, dkk. (2019), yang mana hasil penelitiannya membuktikan bahwa kemampuan menulis teks iklan siswa kelas VIII SMP sudah masuk kategori mampu, tetapi siswa yang mencapai KKM 70 belum mencapai kriteria ketuntasan klasikal 85% dari seluruh siswa. Siswa masih kesulitan dalam memahami kebahasaan teks iklan.

Tingkat kemampuan memahami materi teks slogan siswa kelas VIII SMPN 3 Ujungbatu tercapai pada rata-rata kemampuan yang kurang. Banyaknya siswa tuntas dalam memahami materi teks slogan adalah 29 siswa (51,79%), dan 27 siswa (48,21%) lainnya masih belum tuntas. Rata-rata kemampuan siswa dalam memahami materi teks slogan adalah 66,61 atau dengan kategori kurang. Rata-rata tersebut masih di bawah KKM 70.

Masih kurangnya kemampuan siswa diketahui karena siswa kesulitan dalam mengenali kaidah pola penyajian teks slogan dan menjelaskan kaidah pola penyajian teks slogan. Walaupun demikian, sebagian besar siswa sudah mampu memahami pengertian slogan, sudah dapat mengidentifikasi unsur slogan, dan mampu memahami kebahasaan teks slogan dengan baik. Teks slogan juga harus memperhatikan pilihan kata yang berirama dan memiliki persamaan bunyi agar mudah diingat. Kaidah pola penyajian teks slogan juga memperhatikan tujuan dari slogan itu dibuat, apakah untuk ajakan, permintaan, larangan, atau dorongan (Kosasih, 2017).

Belum tuntasnya kemampuan memahami materi teks slogan siswa juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu, yaitu penelitian oleh Fadhlurrohman, Sukenti (2023) yang membuktikan bahwa kemampuan memahami materi teks slogan siswa kelas VIII belum tuntas mencapai KKM karena siswa masih kesulitan dalam mengenali dan menjelaskan kaidah pola penyajian teks slogan. Tingkat kemampuan memahami materi teks poster siswa kelas VIII SMPN 3 Ujungbatu tercapai pada rata-rata kemampuan kurang. Jumlah siswa tuntas memahami materi teks poster adalah 27 siswa (48,21%), dan 29 siswa (51,79%) lainnya belum tuntas mencapai nilai KKM 70. Rata-rata kemampuan siswa dalam memahami materi teks poster adalah 66,07 (kurang). Rata-rata tersebut juga masih berada di bawah nilai KKM 70.

Masih kurangnya kemampuan siswa dalam memahami materi teks poster diketahui dari adanya sebagian siswa yang masih kesulitan dalam mengenali kaidah pola penyajian teks poster dan dalam menjelaskan kaidah pola penyajian teks poster. Namun sebagian besar siswa sudah mampu mengidentifikasi unsur poster dan memahami pengertian poster dengan baik. Teks poster juga harus memperhatikan pilihan kata yang berirama dan memiliki persamaan bunyi agar mudah

diingat. Kaidah pola penyajian teks poster juga harus mempertimbangkan tujuan dari poster itu dibuat, apakah untuk ajakan, permintaan, larangan, atau dorongan (Kosasih, 2017).

Belum tuntasnya kemampuan memahami materi teks poster siswa juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan Fadhlurrohman, Sukenti (2023), hasilnya membuktikan bahwa kemampuan memahami materi teks poster siswa belum tuntas mencapai KKM karena siswa masih kesulitan dalam mengenali kaidah pola penyajian teks poster.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Hasil penelitian membuktikan bahwa tingkat kemampuan siswa dalam memahami materi teks iklan, slogan, dan poster masih kurang, karena rata-rata nilai masih di bawah KKM 70 atau dengan kategori kemampuan kurang.

B. Saran

Sebaiknya guru menjelaskan kembali dan memberikan contoh-contoh serta latihan-latihan yang banyak kepada siswa, agar siswa memahami materi teks, slogan, dan poster dengan benar serta dapat membandingkannya. Sedangkan siswa sebaiknya aktif mengikuti dan mengerjakan latihan-latihan yang diberikan guru dengan benar.

DAFTAR RUJUKAN

Aliyah, V.N., Chamalah, E., Arsanti, M. (2018). Keterampilan Menulis Poster dengan Model Pembelajaran Kontekstual dan Media Gambar Bertema Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal KEMBARA*, 4(1), 95-107. <https://doi.org/10.22219/kembara.v4i1.5484>

Daslan, Ana, H., Harmin. (2019). Kemampuan Menulis Iklan Siswa Kelas VIII SMP Negeri 2 Kulisusu. *Jurnal BASTRA*, 4(1), 122-138. <http://dx.doi.org/10.36709/jb.v4i1.10724>

Fadhlurrohman, Sukenti, D. (2023). Kemampuan Memahami Teks Iklan, Slogan dan Poster Siswa SMP. *Journal of Language Education, Linguistics, and Culture*, 3(1), 146-151. <https://doi.org/10.25299/j-lelc.2023.12791>

Kosasih, E. (2017). *Bahasa Indonesia Kelas VIII SMP/MTs Kurikulum 2013 Edisi Revisi*. Kemendikbud. Jakarta.

Ningsih, N.M. (2017). Pembelajaran Bahasa Indonesia dalam Kurikulum 2013 Berbasis Teks yang Berorientasi pada Pendekatan Saintifik. *Jurnal Edukasi Lingua Sastra*, 15(2), 31-42. <https://doi.org/10.47637/elsa.v15i2.65>

Restiana, M., Sastrawan, R.A. (2020). Keefektifan Pembelajaran Daring Teks Iklan, Slogan, dan Poster Menggunakan Metode Pembelajaran Discovery Learning Kelas VIII di MTs Negeri 7 Bantul. *Jurnal MAFSAU*, 1(1), 39-44. <https://doi.org/10.26555/jg.v3i1.2866>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 *Sistem Pendidikan Nasional*. Lembar Negara 2003/No. 78, TLN No. 4301. Pemerintah Pusat. Jakarta.