

## PENGARUH MEDIA IKLAN AUDIO VISUAL TERHADAP KETERAMPILAN MENULIS TEKS PERSUASI SISWA KELAS VIII SMP NEGERI 15 PALEMBANG

Putri Angriani<sup>1</sup>, dan Indah Maharani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas PGRI Palembang

e-mail: putriangriani202@gmail.com

**Abstrak-** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media audiovisual terhadap keterampilan menulis teks persuasi siswa kelas VIII SMP Negeri 15 Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah eksperimen semu dengan desain group pretest dan posttest. Sampel penelitian ini terdiri dari dua kelas, yaitu kelas VIII.5 dan VIII.6. Sampel penelitian seluruhnya berjumlah 68 siswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tes menulis teks persuasi. Teknik analisis data dengan teknik statistik uji t dengan menggunakan program komputer SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hasil tes antara kelas eksperimen dan kelas kontrol. Nilai rata-rata tes awal menulis teks persuasi kelas eksperimen 41,50 meningkat sebesar 33,41 menjadi 74,91. Nilai rata-rata tes awal menulis teks persuasi kelas kontrol 39,38 meningkat sebesar 13,80 menjadi 53,18. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan pada kelas eksperimen lebih besar dibandingkan kelas kontrol. Hasil perhitungan uji t menunjukkan nilai thitung > ttabel atau  $6,921 > 2,035$  dengan  $df = 66$  pada tingkat keberhasilan 95% (0,025) karena thitung lebih besar dari ttabel maka  $H_0$  ditolak.

**Kata Kunci-** Media Iklan Audiovisual, Menulis, Teks Persuasi

**Abstract-** This study aims to determine the effect of audiovisual media on the writing skills of persuasive text in class VIII Palembang State Middle School 15. The research method used was a quasi-experimental design with the pretest and posttest group. The research sample consisted of two classes, namely classes VIII.5 and VIII.6. The total sample of the study was 68 students. The data collection technique used in this study was a persuasion text writing test. Data analysis techniques with statistical techniques t test using SPSS 21 computer program. The results of this study indicate that there are differences in test results between the experimental class and the control class. The average value of the initial test writing experimental class persuasion text 41.50 increased by 33.41 to 74.91. The average value of the initial test for writing control class persuasion texts 39.38 increased by 13.80 to 53.18. The results showed an increase in the experimental class was greater than the control class. The results of t-test calculations show  $t_{count} > t_{table}$  or  $6.921 > 2.035$  with  $df = 66$  at a success rate of 95% (0.025) because  $t_{count}$  is greater than  $t_{table}$  then  $H_0$  is rejected.

**Keywords-** Audiovisual Media, Writing, Skills of Persuasive

### PENDAHULUAN

Pembelajaran bahasa Indonesia di sekolah mencakup empat aspek yaitu kompetensi sikap spiritual, kompetensi sikap, kompetensi pengetahuan, dan kompetensi keterampilan. Keterampilan mencakup empat aspek, yaitu menyimak,

berbicara, membaca, dan menulis. Keterampilan berbahasa dalam aspek menulis sangat penting diperlukan latihan-latihan yang berkelanjutan dan terus menerus Dawson (dalam Wijayanti 2006). Tujuan yang diharapkan dalam

pembelajaran menulis adalah agar siswa mampu mengungkapkan gagasan, pendapat, dan pengetahuan secara tertulis serta memiliki kegemaran menulis Depdikbud (dalam Wijyanti 2006).

Menulis adalah kemampuan menuangkan ide dan biasanya disebut suatu kegiatan kreatif, dengan menulis seseorang dapat menampilkan suatu karya. Nurgiyantoro (2014:296) menyatakan dibanding keterampilan lain, kemampuan menulis lebih sulit dikuasai oleh penutur asli bahasa yang bersangkutan.

Dalam Kurikulum 2013 edisi revisi yang tertuang di dalam silabus, disebutkan bahwa salah satu keterampilan berbahasa yang harus dikuasai oleh siswa SMP yaitu menulis teks persuasi. Kompetensi Dasar (KD) yaitu menyajikan teks persuasi (saran, ajakan, arahan, dan pertimbangan) secara tulis dan lisan dengan memperhatikan struktur, kebahasaan, atau aspek lain. Materi yang disiapkan yaitu struktur dan unsur kebahasaan. Pembelajaran yang dicapai dapat menulis teks persuasi sesuai dengan memperhatikan struktur dan kaidah kebahasaan teks persuasi.

Menurut Keraf (2007:18) persuasi adalah seni verbal yang bertujuan untuk menyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikendaki pembicara pada waktu ini atau waktu yang akan datang. Albert (dalam Tarigan 1993:108—109) mengemukakan ciri-ciri paragraf persuasif yaitu 1) tulisan persuasif haruslah jelas dan tertib, 2) tulisan persuasif haruslah hidup

dan bersemangat, 3) tulisan persuasif beralasan kuat, 4) tulisan persuasif harus bersifat dramatik.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan guru bahasa Indonesia, Emi, M.Pd. dan Siswa di SMP Negeri 15 Palembang, kualitas menulis teks persuasi masih tergolong rendah, karena kurangnya keinginan siswa untuk menulis dan juga disebabkan karena kurangnya usaha guru untuk menarik perhatian siswa karena media yang digunakan tidak menarik dan belum memberikan sepenuhnya ilmu maupun imajinasi yang cukup untuk menulis. Kegiatan menulis siswa dapat ditingkatkan jika menggunakan media yang sesuai dengan materi pembelajaran.

Media sebagai segala sesuatu yang digunakan untuk menyalurkan pesan dan pengirim pesan kepada penerima pesan, sehingga dapat merangsang perasaan, perhatian, dan minat serta perhatian siswa sedemikian rupa (Sadiman, dkk. 2006:6). Menurut Rusman (2012:173) media pembelajaran dilihat dari segi jenisnya, dibagi menjadi 3 (tiga) macam yaitu media audio, media visual, dan media audiovisual.

Menurut Dale (dalam Rivai dan Sudjana, 2002:76) pemilihan jenis media yang paling sesuai untuk memberikan pengalaman belajar tertentu pada siswa. Pada akhir tahun 1950, teori komunikasi mulai mempengaruhi penggunaan alat audio visual. Dalam pandangan teori komunikasi, alat audio visual berfungsi sebagai alat penyalur pesan dari sumber

pesan kepada penerima pesan. Begitupun dalam dunia pendidikan, alat audiovisual bukan hanya dipandang sebagai alat bantu guru saja, melainkan juga berfungsi sebagai penyalur pesan belajar. Arsyad (2014:19) menyampaikan “Fungsi utama media pembelajaran adalah sebagai alat bantu mengajar yang turut mempengaruhi iklim, kondisi, dan lingkungan belajar yang ditata dan diciptakan oleh guru”, sehingga media menjadi salah satu unsur pokok bagi keberlangsungannya proses belajar mengajar. Televisi mempunyai peran yang sama sebagai media pendidikan.

Media audio visual adalah media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar. Jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi kedua jenis media auditif dan visual (Syaiful dan Azwan, 2010:124). Media audio visual merupakan sebuah alat bantu audio visual yang berarti bahan atau alat yang dipergunakan dalam situasi belajar untuk membantu tulisan dan kata yang diucapkan dalam menularkan pengetahuan, sikap, dan ide (Suprijanto 2005:171). Media yang digunakan dalam penelitian ini yaitu media audio visual yang berupa iklan audio visual gerak yang meliputi penglihatan, pendengaran dan gerakan, serta menampilkan unsur gambar yang bergerak.

Menurut Swasta (1996:246—249) mengemukakan fungsi iklan adalah memberikan informasi, membujuk, merayu, menciptakan kesan memuaskan keinginan dan sebagai alat komunikasi untuk memperjelas dan dapat dilihat sebagai

berikut, 1) memberikan informasi, 2) menciptakan kesan, 3) membujuk atau mempengaruhi, 4) memuaskan keinginan.

Langkah-langkah yang perlu diperhatikan dalam menggunakan media audio visual, didasarkan pada sistem pemanfaatannya dalam kegiatan pengajaran menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2009:131) adalah sebagai berikut: Langkah penyajian 1) Sajikan dalam waktu yang tepat dengan kebiasaan atau cara mereka menggunakan waktu untuk melihat, mendengarkan, mengamati dan menafsirkan 2) Atur situasi ruangan, mungkin harus menggunakan cahaya yang cukup atau redup atau bahkan gelap. Hal ini terutama bagi penggunaan media OHP dan sound-slide 3) Berikan semangat untuk mulai melihat, mendengarkan, mengamati, dan mulai konsentrasi terhadap permasalahan yang akan dihadapi. Langkah-langkah pembelajaran media iklan audio visual yang sudah dimodifikasi peneliti sesuai dengan media dan pendekatan pembelajaran yang digunakan 1) Peserta didik diberi motivasi atau rangsangan untuk memusatkan perhatian pada topik :pengertian teks persuasi, struktur, kaidah kebahasaan dengan cara Melihat (tanpa atau dengan alat) yaitu menayangkan iklan audio (Manfaat Minum Air Putih). 1) Mengamati iklan audio visual yang ada, mengamati ciri-ciri kebahasaan teks persuasi. 2) Membaca (dilakukan di rumah sebelum kegiatan pembelajaran berlangsung), materi dari buku paket atau buku-buku penunjang lain, dari internet/materi yang

berhubungan dengan teks persuasi. 3) Mendengar pemberian materi oleh guru yang berkaitan dengan pengertian, struktur dan aspek kebahasaan. 4) Menyimak, penjelasan kegiatan secara garis besar tentang materi pelajaran untuk melatih kesungguhan, ketelitian, mencari informasi. 5) Menanya yaitu guru memberikan kesempatan pada peserta didik untuk mengidentifikasi sebanyak mungkin pertanyaan yang berkaitan dengan gambar yang ditayangkan dan akan dijawab melalui kegiatan belajar. Mengajukan pertanyaan mengenai pengertian, struktur, aspek kebahasaan dan apa perbedaan teks persuasi dengan teks lainnya. Peserta didik mengumpulkan informasi yang relevan untuk menjawab pertanyaan yang telah diidentifikasi melalui kegiatan: Mengamati objek, Membaca sumber lain selain buku teks yang dibawa. 6) akhir kegiatan yaitu mempratekkan, peserta didik diminta untuk membuat teks persuasi secara individu berdasarkan iklan audio visual yang diberikan dengan topik yang sudah ditentukan.

Keterangan di atas menunjukkan iklan audiovisual baik digunakan pada proses pembelajaran terutama menulis persuasi yaitu sama-sama digunakan untuk membujuk atau mempengaruhi pembaca agar tertarik dengan tulisannya. Media iklan audio-visual tersebut mengarahkan agar siswa dapat berpikir cerdas dan siswa mudah mencari gagasan dan mengembangkan gagasannya yang akan dibicarakan pada saat menulis teks

persuasi. Penggunaan media iklan juga dapat menjadikan kerangka berpikir siswa dalam menulis persuasi lebih terarah dalam memilih kata kata serta bahasa yang menarik minat menulis siswa dan terdapat unsur yang mempengaruhi bisa langsung mengamati dan menghayati segala sesuatu yang dilihatnya dan didengarnya sehingga dapat menulis persuasi yang baik dan benar.

## LANDASAN TEORI

### A. Keterampilan Menulis

Menurut Moeliono (1990: 935), keterampilan diartikan sebagai kecakapan untuk menyelesaikan tugas. Keterampilan dalam linguistik berarti kesanggupan seorang pemakai bahasa untuk mempergunakan bahasa dengan baik.

Menulis merupakan keterampilan yang lebih sulit dibandingkan tiga keterampilan bahasa yang lain, yaitu menyimak (*listening competence*), membaca (*reading competence*), berbicara (*speaking competence*). Menulis juga merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk menghasilkan tulisan, tetapi juga mengungkapkan gagasan.

### B. Tujuan dan Fungsi Menulis

Menulis terutama dalam membuat karangan tentu memiliki tujuan untuk apa karangan tersebut dibuat atau ditulis. Menurut Hugo Hartig (melalui Tarigan, 1993:23—24) tujuan penulisan dibagi menjadi tujuh macam. Tujuan tujuan penulisan tersebut antara lain adalah

sebagai berikut.

1) *Assignment Purpose* (tujuan penugasan)  
*Assignment purpose* (tujuan penugasan) adalah tujuan penulisan untuk memenuhi penugasan, jadi penulis menulis sesuatu karena ditugaskan, bukan atas kemauan sendiri. Contoh dari tujuan penulisan ini misalnya para siswa yang diberi tugas untuk merangkum buku atau tugas menulis cerpen, dan sebagainya.

2) *Altruistic Purpose* (tujuan altruistik)  
*Altruistic purpose* (tujuan altruistik) adalah menulis dengan tujuan untuk menyenangkan para pembaca. Tujuan altruistik adalah kunci keterbacaan sesuatu tulisan. Contoh dari tujuan ini adalah tulisan berupa cerpen, novel, dan sejenisnya yang bersifat menghibur.

3) *Persuasive Purpose* (tujuan persuasif)  
*Persuasive purpose* (tujuan persuasif) adalah menulis dengan tujuan untuk meyakinkan para pembaca, akan kebenaran gagasan yang diutarakan. Contohnya karangan berupa kampanye anti narkoba, wacana iklan, kampanye partai politik, dan lain-lain.

4) *Informational Purpose* (tujuan Informasi)  
*Informational purpose* (tujuan Informasi) adalah menulis dengan tujuan untuk member informasi atau keterangan atau penerangan kepada para pembaca. Contohnya adalah karangan berupa iklan layanan masyarakat.

5) *Self-expressive Purpose* (tujuan pernyataan diri)  
*Self-expressive purpose* (tujuan pernyataan diri) adalah menulis dengan tujuan untuk memperkenalkan atau menyatakan diri sang pengarang kepada pembaca. Contohnya adalah tulisan berupa biografi.

6) *Creative Purpose* (tujuan kreatif)  
*Creative purpose* (tujuan kreatif) adalah menulis dengan tujuan untuk mencapai nilai-nilai artistik, nilai-nilai kesenian. Contohnya adalah tulisan berupa puisi atau prosa, pantun, syair, lirik lagu, dan lain-lain.

7) *Problem-Solving Purpose* (tujuan pemecahan masalah)  
*Problem-solving purpose* (tujuan pemecahan masalah) adalah menulis dengan tujuan untuk menjelaskan, menjernihkan, menjelajahi, serta meneliti secara cermat pikiran-pikiran dan gagasannya sendiri agar dapat dimengerti dan diterima oleh pembaca. Contohnya adalah tulisan berupa kritik.

### C. Manfaat Menulis

Seorang penulis dalam menulis harus memiliki keterampilan menyerap, mencari, dan menguasai informasi yang berhubungan dengan topik. Hal-hal itulah yang menyebabkan kegiatan menulis merupakan sesuatu yang sangat sulit sehingga orang kurang berminat untuk dapat menulis dengan baik dan benar. Akhadiah (1997:14) mengemukakan bahwa manfaat menulis adalah

1) Menulis menyumbang kecerdasan.

- 2) Menulis mengembangkan daya inisiatif dan kreatif.
- 3) Menulis menubuhkan keberanian.
- 4) Menulis mendorong kemauan dan kemampuan mengumpulkan informasi.

#### **D. Karangan Persuasi**

Menurut Gorys Keraf (dalam Tusita, 2011:20) persuasi merupakan suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki oleh pembicara (bentuk lisan, misalnya pidato) atau oleh penulis (bentuk tulisan, cetakan, elektronik) pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005) menjelaskan bahwa persuasi adalah 1) bujukan halus, 2) ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek yang meyakinkan, dan 3) himbauan. Sehingga karangan persuasi merupakan karangan yang berisi ajakan kepada pembaca dengan menyampaikan alasan, contoh, dan bukti yang meyakinkan sehingga pembaca membenarkannya dan bersedia melaksanakan ajakan hal-hal yang baik demi kepentingan masyarakat banyak.

#### **E. Teknik dan Langkah Menulis Persuasi**

Dalam menulis persuasi, terdapat beberapa teknik yang digunakan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Berikut ini akan dijelaskan beberapa teknik persuasi menurut Keraf (dalam Tusita, 2011:24—27).

##### **1. Tentukan Topik**

Untuk menulis paragraf persuasif

anda harus menentukan dulu apa topik yang akan dibahas dalam paragraf tersebut. Banyak topik yang bisa dibahas dalam paragraf persuasi seperti masalah narkoba, rokok dan kebiasaan sehari-hari. Topik merupakan lingkup pembicaraan dalam suatu paragraph

##### **2. Tentukan Tujuan**

Setiap paragraf persuasi pasti punya tujuan. Tujuan utama setiap paragraf persuasi jelas yaitu meyakinkan pembaca dan pendengar. Oleh karena itu buat tujuan yang jelas dan masuk akal untuk bisa dipercayai oleh pembaca dan pendengar. Dalam menyampaikan tujuan berusaha jelas dan singkat agar mudah ditangkap oleh para pendengar maupun pembaca.

##### **3. Buat Kerangka Paragraf**

Setelah sudah siap dengan topik dan tujuan yang akan dibahas saatnya menyusun suatu kerangka paragraf. Adapun penulisan kerangka paragraf ini dibuat agar paragraf lebih sistematis dan logis. Buat kerangka seperti pengembangan sebab akibat. Dimana letakkan dulu sebabnya diawal lalu berikan akibatnya di akhir paragraf.

##### **4. Mengumpulkan Data**

Setelah semua sudah siap saatnya melakukan pengumpulan data yang tidak kalah pentingnya. Data yang tepat dan akurat membantu pembaca dan pendengar untuk percaya pada anda. Oleh karena itu cari data semaksimal mungkin dan jangan sampai meresanya data karena itu sangat tidak baik.

## 5. Menyusun Paragraf

Setelah semua siap inilah tahap terakhir susun sebuah paragraf sesuai dengan topik, tujuan, kerangka dan fakta yang sudah dikumpulkan, Gunakan pemilihan kata yang baik agar mudah meyakinkan para pembaca maupun pendengar. Baca lagi untuk memastikan kalau itu merupakan paragraf persuasi yang baik

## F. Jenis-Jenis Persuasi

Berdasarkan pemakaiannya persuasi dibedakan menjadi empat macam, yaitu 1) persuasi politik, 2) persuasi pendidikan, 3) persuasi advertensi/ iklan, dan 4) persuasi propaganda (Vendrafirdian, 2008). Jenis-jenis persuasi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

### 1) Persuasi Politik

Persuasi politik dipakai dalam bidang politik oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang politik dan kenegaraan. Para ahli politik dan kenegaraan sering menggunakan persuasi jenis ini untuk keperluan politik dan negara. Salah satu contoh persuasi politik adalah kampanye partai politik saat menjelang pemilu.

### 2) Persuasi Pendidikan

Persuasi pendidikan dipakai oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang pendidikan dan digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan pendidikan. Seorang guru, misalnya, bisa menggunakan persuasi ini untuk mempengaruhi siswa agar mereka giat belajar, senang membaca, dan lain-lain.

### 3) Persuasi Advertensi/ Iklan

Persuasi iklan ini dimanfaatkan terutama dalam dunia usaha untuk memperkenalkan suatu barang atau bentuk jasa tertentu. Lewat persuasi iklan diharapkan pembaca atau pendengar mengenal, menyukai, ingin memiliki, dan berusaha untuk memiliki barang atau memakai jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, advertensi diberi predikat jalur komunikasi antara pabrik dan penyalur, pemilik barang dan publik sebagai konsumen. Iklan beraaneka ragam macamnya, ada yang berdurasi sangat pendek, ada pula yang panjang.

### 4) Persuasi Propaganda

Objek yang disampaikan dalam persuasi propaganda adalah informasi. Tentunya tujuan persuasi tidak berhenti pada penyebaran informasi saja. Lebih dari itu, dengan informasi diharapkan pembaca atau pendengar mau dan sadar untuk berbuat sesuatu.

Persuasi propaganda sering dipakai dalam kegiatan kampanye. Isi kampanye biasanya berupa informasi dan ajakan. Tujuan akhir dari kampanye adalah agar pembaca atau pendengar menuruti isi ajakan kampanye tersebut. Misalnya kampanye tentang anti narkoba, KB, penghijauan hutan, dan lain-lain.

## G. Iklan

### 1. Pengertian Iklan

Kata iklan berasal dari kata latin yaitu *adverte* yang berarti mengarahkan. Dalam pengertian sederhana iklan adalah pesan atau penawaran jasa atau produk

yang ditujukan kepada khalayak lewat surat media (Rachmadi 1997: 36).

## 2. Fungsi Iklan

Menurut Swasta (1996: 246-249) mengemukakan fungsi iklan adalah memberikan informasi, membujuk, merayu, menciptakan kesan memuaskan keinginan dan sebagai alat komunikasi untuk memperjelas dan dapat dilihat sebagai berikut.

- 1) memberikan informasi
- 2) menciptakan kesan
- 3) membujuk atau mempengaruhi
- 4) memuaskan keinginan

## H. Jenis-Jenis Iklan

Ada beberapa jenis iklan menurut Dewi (2011:32—33) sebagai berikut.

### 1. Iklan Advertorial

Iklan yang ditulis sebagai suatu berita sebagaimana dalam surat kabar atau majalah pada umumnya dan dapat mengakomodir kemauan sendiri, dengan memberi tulisan informatif kepada pembacanya.

### 2. Iklan Display

Iklan Display adalah jenis iklan dalam bentuk pengumuman, himbauan, ucapan, kampanye, dan sejenisnya.

### 3. Pengumuman/ *Running Text*

*Running Text* adalah jenis iklan yang berupa deretan tulisan yang terdiri dari beberapa karakter yang bergerak menyamping mengikuti layar, yang waktu penayangannya disesuaikan dengan keinginan konsumen.

### 4. Iklan Produk

Iklan Produk adalah jenis iklan yang

terfokus pada ulasan penyangangan sebuah produk berikut dengan kelebihan-kelebihan yang terdapat dalam produk tersebut sehingga memunculkan *brand image* dihati pemirsa.

## 5. Iklan Sosial

Iklan jenis diatas merupakan jenis iklan yang berkaitan dalam dunia pendidikan, sosial budaya, serta duka cita, atau dapat berbentuk aktivitas sosial termasuk kegiatan di lingkungan sekolah.

## I. Media Pembelajaran

### 1. Pengertian Media Pembelajaran

Asra (2007:55) mengemukakan bahwa kata media dalam “media pembelajaran” secara harfiah berarti perantara atau pengantar, sedangkan kata pembelajaran diartikan sebagai suatu kondisi yang diciptakan

### 2. Tujuan dan Manfaat Media Pembelajaran

Menurut Sanaky (2011:4) tujuan media pembelajaran sebagai alat bantu pembelajaran, adalah sebagai berikut:

- 1) Mempermudah proses pembelajaran di kelas,
- 2) Meningkatkan efisiensi proses pembelajaran,
- 3) Menjaga relevansi antara materi pelajaran dengan tujuan belajar, dan
- 4) Membantu konsentrasi pembelajar dalam proses pembelajaran

Menurut Sanaky (2011:4—5) manfaat media pembelajaran sebagai alat bantu dalam proses pembelajaran adalah sebagai berikut:

- 1) Pengajaran lebih menarik perhatian pembelajar sehingga dapat menumbuhkan motivasi belajar.
- 2) Bahan pengajaran akan lebih jelas maknanya sehingga dapat lebih dipahami pembelajar, serta memungkinkan pembelajar menguasai tujuan pengajaran dengan baik.
- 3) Metode pembelajaran bervariasi, tidak semata-mata hanya komunikasi verbal melalui penuturan kata-kata lisan pengajar, pembelajar tidak bosan dan pengajar tidak kehabisan tenaga.
- 4) Pembelajar lebih banyak melakukan kegiatan belajar sebab tidak hanya mendengarkan penjelasan dari pengajar saja, tetapi juga aktivitas lain yang dilakukan seperti mengamati, melakukan, mendemonstrasikan dan lain-lain.

### 3. Klasifikasi Media Pembelajaran

Menurut Rusman (2012: 173) media pembelajaran dapat diklasifikasikan dan diidentifikasi dengan berbagai cara. Klasifikasi media ini dapat menjadi landasan untuk pemanfaatan pemakaian media pembelajaran di dalam proses belajar mengajar di dalam kelas. Media Pembelajaran dilihat dari segi jenisnya, dibagi menjadi 3 (tiga) macam:

- 1) Media audio adalah media audio adalah media yang bentuk sarana penyampai, pembawa, dan pengantar pesannya ditangkap melalui indra pendengar. Diantara media audio ini adalah televisi, radio, MP3, tape recorder, piringan hitam, dan lain-lain.

- 2) Media visual adalah media yang hanya mengandalkan indra penglihatan. Artinya, media ini terfokus hanya pada pancaindra penglihatan. Jenis media visual ini ada yang menampilkan gambar diam seperti *film strip* film berangkai), *slide* (dilm bingkai), foto, gambar atau lukisan, dan cetakan. Ada pula jenis media yang menampilkan gambar atau simbol yang bergerak, seperti hanya film bisu dan film kartun.
- 3) Media audio visual adalah media yang mempunyai unsur suara dan gambar. Artinya, media ini didapatkan dari hasil penggabungan antara audio dan visual. Media audio visual gerak adalah media intruksional modern yang sesuai dengan perkembangan zaman (kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi) karena meliputi penglihatan, pendengaran dan gerakan, serta menampilkan unsur gambar yang bergerak. Jenis media yang termasuk dalam kelompok ini adalah televisi, video tape, dan film bergerak (Sudjana 2009:192).

### J. Media Audio Visual

#### 1. Pengertian Media Audio Visual

Audiovisual adalah media instruksional modern yang sesuai dengan perkembangan zaman (kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi), meliputi media yang dapat dilihat dan didengar (Rohani 1997:97—98).

Media audio visual adalah merupakan media perantara atau penggunaan materi dan penyerapannya melalui pandangan dan pendengaran sehingga membangun kondisi yang dapat membuat siswa mampu

memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap.

## 2 Jenis Media Audio Visual

Jenis media audiovisual dibagi dua yaitu menurut Djamarah dan Zain (2010:124) sebagai berikut.

- 1) Audio visual diam, yaitu media yang menampilkan suara dan gambar seperti bingkai suara (sound slide). Sound slide adalah suatu film berukuran 35 mm, yang biasanya dibungkus bingkai berukuran 2x2 inci tersebut dari karton atau plastik. Sebagai suatu program film bingkai sangat bervariasi. Panjang pendek film bingkai tergantung pada tujuan yang ingin dicapai dan materi yang ingin disajikan. Ada program yang selesai dalam satu menit, tapi ada pula yang hingga satu jam atau lebih. Namun yang lazim, satu film bingkai bersuara (sound slide) lamanya berkisar antara 10-30 menit.
- 2) Audio visual gerak yaitu media yang dapat menampilkan unsur suara dan gambar bergerak seperti film dan video. Film dan video adalah merupakan gambar hidup merupakan gambar-gambar dalam frame di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Film bergerak dengan cepat dan bergantian sehingga memberikan visual yang berlanjut, sama halnya dengan film, video dapat menggambarkan suatu obyek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai.

Kemampuan film dan video melukiskan gambar hidup dan suara memberinya daya tarik tersendiri. Kedua jenis media ini pada umumnya digunakan untuk tujuan-tujuan hiburan, dokumentasi dan pendidikan.

## 3. Kelebihan dan Kekurangan Media Audio Visual

Kelebihan media audio menurut Arsyad (2014 :45 ) adalah

- 1) Merupakan peralatan yang sangat murah dan lumrah sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat
- 2) Rekaman dapat digandakan untuk keperluan perorangan sehingga isi pesan dapat berada ditempat secara bersamaan
- 3) Merekam peristiwa atau isi pelajaran untuk digunakan kemudian
- 4) Dalam pengoperasiannya relatif sangat mudah

Kekurangan media audio menurut Arsyad (2014:46) adalah

- 1) Dalam suatu rekaman sulit menemukan lokasi suatu pesan atau informasi, jika pesan atau informasi tersebut berada ditengah-tengah pita, apalagi jika radio, tape tidak memiliki angka-angka penentuan putaran.
- 2) Kecepatan rekaman dan pengaturan trek yang bermacam-macam menimbulkan kesulitan untuk memainkan kembali rekaman yang direkam pada suatu mesin perekam yang berbeda.

Beberapa kelebihan atau kegunaan media audio visual pembelajaran sama dengan pengajaran audiovisual yaitu :

- 1) Memperjelas penyajian pesan agar tidak terlalu bersifat verbalistik (dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan belaka)
- 2) Mengatasi perbatasan ruang, waktu dan daya indera
- 3) Objek yang terlalu besar digantikan dengan realitas, gambar, film bingkai, film atau model
- 4) Objek yang kecil di bantu dengan proyektor mikro, film bingkai, film atau gambar
- 5) Gerak yang terlalu lambat atau terlalu cepat dapat dibantu dengan *tame lapse* atau *high speed photography*
- 6) Kejadian atau peristiwa yang terjadi di masa lalu bisa ditampilkan lagi lewat rekaman film, video, film bingkai, foto maupun secara verbal
- 7) Obyek yang terlalu kompleks (mesin-mesin) dapat disajikan dengan model, diagram dan lain-lain
- 8) Konsep yang terlalu luas (gunung berapi, gempa bumi, iklim dan lain-lain) dapat divisualkan dalam bentuk film, film bingkai, gambar dan lain-lain.

Pengajaran audio visual juga mempunyai beberapa kekurangan yang sama dengan pengajaran visual, yaitu :

- 1) Terlalu menekankan pentingnya materi ketimbang proses pengembangannya dan tetap memandang materi audio
- 1) Guru melakukan persiapan atau perencanaan materi atau media apa yang baik digunakan.
- 2) Berikan pengarahannya tentang materi yang akan dipelajari atau ide-ide yang sulit bagi siswa yang akan dikemukakan dalam materi.

- visual sebagai alat bantu guru dalam mengajar
- 2) Media audio visual tidak dapat digunakan dimana saja dan kapan saja, karena media audio visual cenderung tetap di tempat
- 3) Media audio visual cenderung menggunakan model komunikasi satu arah

#### **K. Media Iklan Audio Visual**

Media Iklan Audiovisual yang digunakan dalam penelitian ini adalah media iklan yang terdapat di televisi yaitu semua jenis iklan sesuai tujuan pembelajaran. Berdasarkan media iklan secara umum yaitu menggunakan media iklan elektronik karena terdapat di televisi. Iklan yang digunakan adalah iklan audio visual yaitu iklan yang bisa dilihat dan didengar dengan format Video MP4.

Peneliti memodifikasi langkah-langkah menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2009:131) yang perlu diperhatikan dalam menggunakan media audio visual menjadi langkah-langkah media iklan audiovisual adalah sebagai berikut:

##### **1. Langkah persiapan**

- Langkah persiapan biasanya dilakukan pada kegiatan pendahuluan
- 3) Kelompok sasaran harus diperhitungkan, apakah perorangan atau kelompok sesuai pendekatan pembelajaran yang digunakan.
- 4) Usahakan siswa dalam keadaan siap melihat, mendengarkan, mengamati

dan menafsirkan iklan yang akan ditayangkan guru.

- 5) Periksa lagi peralatan yang akan dipergunakan.

**2. Langkah penyajian**

Langkah persiapan biasanya dilakukan pada kegiatan inti

- 1) Atur situasi ruangan, mungkin harus menggunakan cahaya yang cukup atau redup atau bahkan gelap. Hal ini terutama bagi penggunaan media OHP dan sound-slide.
- 2) Berikan semangat untuk mulai melihat, mendengarkan, mengamati, dan mulai konsentrasi terhadap permasalahan yang akan dihadapi.
- 3) Sajikan dalam waktu yang tepat (menayangkan media iklan

audiovisual sesuai dengan topik yang sudah ditentukan).

**3. Tindak lanjut**

Langkah persiapan biasanya dilakukan pada kegiatan penutup.

**L. Pendekatan Saintifik**

Pendekatan Saintifik merupakan pembelajaran yang mengadopsi langkah-langkah saintis dalam membangun pengetahuan melalui metode ilmiah. Menurut Ridwan (2014:55) langkah-langkah pendekatan ilmiah dalam proses pembelajaran untuk semua jenjang dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan ilmiah meliputi observasi atau mengamati, analisa atau bertanya, mengumpulkan informasi atau eksperimen, mengasosiasikan dan mengomunikasikan.

Pendekatan Saintifik+Media Gambar	Pendekatan Saintifik+Media Iklan Audiovisual
<p>Peserta didik diberi motivasi atau rangsangan untuk memusatkan perhatian pada topik :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pengertian teks persuasi</li> <li>- struktur</li> <li>- kaidah kebahasaan</li> </ul> <p>menayangkan gambar/foto untuk kelas kontrol. Berikut ini Contoh topik yang digunakan:</p> <p style="text-align: center;">Manfaat Minum Air Putih/Aqua</p> <p>Mengamati gambar yang ada, mengamati ciri-ciri kebahasaan teks persuasi</p>	<p>Peserta didik diberi motivasi atau rangsangan untuk memusatkan perhatian pada topik :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pengertian teks persuasi</li> <li>- struktur</li> <li>- kaidah kebahasaan</li> </ul> <p>menayangkan media iklan audio visual untuk kelas eksperimen. Berikut ini Contoh topik yang digunakan:</p> <p style="text-align: center;">Manfaat Minum Air Putih/Aqua</p> <p>Mengamati iklan audiovisual yang ada, mengamati ciri-ciri kebahasaan teks persuasi</p>

<p><b>Menanya</b>                  Guru memberikan kesempatan pada peserta didik untuk mengidentifikasi sebanyak mungkin pertanyaan yang berkaitan dengan gambar yang ditayangkan dan akan dijawab melalui kegiatan belajar. Mengajukan pertanyaan mengenai pengertian, struktur, aspek kebahasaan dan apa perbedaan teks persuasi dengan teks lainnya.</p>	<p><b>Menanya</b>                  Guru memberikan kesempatan pada peserta didik untuk mengidentifikasi sebanyak mungkin pertanyaan yang berkaitan dengan iklan audiovisual yang ditayangkan dan akan dijawab melalui kegiatan belajar. Mengajukan pertanyaan mengenai pengertian, struktur, aspek kebahasaan dan apa perbedaan teks persuasi dengan teks lainnya.</p>
<p><b>Mengumpulkan informasi</b>                  Peserta didik mengumpulkan informasi yang relevan untuk menjawab pertanyaan yang telah diidentifikasi.</p>	<p><b>Mengumpulkan informasi</b>                  Peserta didik mengumpulkan informasi yang relevan untuk menjawab pertanyaan yang telah diidentifikasi.</p>
<p><b>Mengasosiasikan</b>                  Peserta didik menganalisa masukan, tanggapan, dan koreksi dari guru terkait pembelajaran teks persuasi</p>	<p><b>Mengasosiasikan</b>                  Peserta didik menganalisa masukan, tanggapan, dan koreksi dari guru terkait pembelajaran teks persuasi</p>
<p><b>Mengomunikasikan</b>  <b>Mendiskusikan</b>                  Peserta didik diminta untuk berdiskusi dalam kelompok untuk menyimpulkan                  - membuat kesimpulan tentang masalah dan solusinya                  menyampaikan hasil diskusi berupa kesimpulan berdasarkan hasil analisis tertulis</p>	<p><b>Mengomunikasikan</b>  <b>Mendiskusikan</b>                  Peserta didik diminta untuk berdiskusi dalam kelompok untuk menyimpulkan                  - membuat kesimpulan tentang masalah dan solusinya                  menyampaikan hasil diskusi berupa kesimpulan berdasarkan hasil analisis tertulis</p>

## METODE PENELITIAN

### Metode Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian diperlukan suatu metode yang akan digunakan. Sugiono (2010:3) mengatakan bahwa secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimen semu. Metode eksperimen semu merupakan metode yang menggunakan kelas-kelas yang sudah ada. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data berupa teknik tes, yaitu tes menulis teks persuasi. Tes dilakukan dua kali, yaitu di awal dan di akhir pada kedua kelas, yaitu kelas eksperimen dan kelas kontrol dengan tujuan untuk mengetahui kemampuan siswa kedua kelas tersebut.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil tes awal yang didapat sebelum pemberian perlakuan penerapan media iklan audiovisual pada kelas eksperimen, diketahui skor tes awal kelompok eksperimen terendah adalah 45 dan tertinggi 77 dengan skor rata-rata 58,85. Berdasarkan hasil tes awal yang didapat sebelum pemberian perlakuan penerapan tanpa media iklan audiovisual pada kelas kontrol, diketahui skor tes awal kelas kontrol terendah adalah 42 dan tertinggi 74 dengan skor rata-rata 57,50.

Berdasarkan hasil tes akhir kelas eksperimen setelah diberikan 4x perlakuan dengan media iklan audiovisual pada pembelajaran keterampilan menulis

teks persuasi, diketahui skor tes akhir siswa kelas eksperimen terendah 51 dan tertinggi 88 dengan rata-rata skor 70,38. Berdasarkan hasil tes akhir kelas kontrol setelah diberikan 4x perlakuan tanpa menggunakan media iklan audiovisual pada pembelajaran keterampilan menulis teks persuasi, juga diketahui skor tes akhir kelas kontrol terendah adalah 45 dan tertinggi 82 dengan rata-rata 53,18 siswa yang mencapai nilai ketuntasan belajar 70 sebanyak orang 2 siswa atau 5,88 % dan siswa yang belum mencapai ketuntasan belajar sebanyak 32 orang siswa atau 94,11%.

Dari uraian di atas dapat ditaksirkan bahwa kemampuan menulis teks persuasi siswa setelah diberikan perlakuan dalam kurun waktu tertentu mengalami peningkatan. Apabila dilihat dari rata-rata skor yang diperoleh kelas eksperimen pada tes awal 58,85 dan tes akhir 70,38 terdapat peningkatan skor (*gain score*) yang cukup tinggi sebesar 11,53. Sedangkan pada kelas kontrol, rata-rata skor tes awal 57,50 dan tes akhir 63,41, terdapat peningkatan skor (*gain score*) sebesar 5,91.

Dari hasil pengujian uji-t kedua kelas penelitian, dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan skor rata-rata pada kelas eksperimen dan kelas kontrol, sebab setelah dikonsultasikan pada ttab ternyata perbedaan tersebut signifikan. Hal itu dapat diketahui dari pengujian uji t yang menunjukkan bahwa  $t_{hit} > t_{tab}$  atau  $2,589 > 1,997$  Dengan  $df = 66$  Pada tingkat signifikansi % ( $\alpha = 0,025$ ).

Keberhasilan peningkatan hasil belajar pada siswa kelas eksperimen ini, disebabkan pada saat pembelajaran keterampilan menulis teks persuasi menggunakan media iklan audiovisual yang jelas dengan langkah-langkah yang perlu diperhatikan dalam menggunakan media audio visual, didasarkan pada sistem pemanfaatannya dalam kegiatan pengajaran menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2009:131) adalah sebagai berikut: Langkah penyajian 1) Sajikan dalam waktu yang tepat dengan kebiasaan atau cara mereka menggunakan waktu untuk melihat, mendengarkan, mengamati dan menafsirkan 2) Atur situasi ruangan, mungkin harus menggunakan cahaya yang cukup atau redup atau bahkan gelap. Hal ini terutama bagi penggunaan media OHP dan sound-slide 3) Berikan semangat untuk mulai melihat, mendengarkan, mengamati, dan mulai konsentrasi terhadap permasalahan yang akan dihadapi. Langkah-langkah pembelajaran media iklan audio visual yang sudah dimodifikasi peneliti sesuai dengan media dan pendekatan pembelajaran yang digunakan 1) Peserta didik diberi motivasi atau rangsangan untuk memusatkan perhatian pada topic :pengertian teks persuasi, struktur, kaidah kebahasaan dengan cara Melihat (tanpa atau dengan alat) yaitu menayangkan iklan audio (Manfaat Minum Air Putih). 1) Mengamati iklan audio visual yang ada, mengamati ciri-ciri kebahasaan teks persuasi. 2) Membaca (dilakukan di rumah sebelum kegiatan pembelajaran

berlangsung), materi dari buku paket atau buku-buku penunjang lain, dari internet/materi yang berhubungan dengan teks persuasi. 3) Mendengar pemberian materi oleh guru yang berkaitan dengan pengertian, struktur dan aspek kebahasaan. 4) Menyimak, penjelasan kegiatan secara garis besar tentang materi pelajaran untuk melatih kesungguhan, ketelitian, mencari informasi. 5) Menanya yaitu guru memberikan kesempatan pada peserta didik untuk mengidentifikasi sebanyak mungkin pertanyaan yang berkaitan dengan gambar yang ditayangkan dan akan dijawab melalui kegiatan belajar. Mengajukan pertanyaan mengenai pengertian, struktur, aspek kebahasaan dan apa perbedaan teks persuasi dengan teks lainnya. Peserta didik mengumpulkan informasi yang relevan untuk menjawab pertanyaan yang telah diidentifikasi melalui kegiatan: Mengamati objek, Membaca sumber lain selain buku teks yang dibawa. 6) akhir kegiatan yaitu mempratekkan, peserta didik diminta untuk membuat teks persuasi secara individu berdasarkan iklan audio visual yang diberikan dengan topik yang sudah ditentukan.

Dengan pembelajaran menggunakan media iklan audiovisual siswa akan lebih mudah mempelajari suatu topik pembelajaran dengan cara yang lebih mudah, sederhana dan menyenangkan. Siswa pun mengakui dengan diterapkan media iklan audiovisual sebelum menulis teks persuasi, siswa lebih mudah membuat

teks persuasi sesuai dengan topik yang diminta.

Penelitian ini pun menunjukkan hasil yang baik, positif, dan mengembirakan. Terbukti bahwa pembelajaran keterampilan menulis teks persuasi dengan media iklan audiovisual ternyata dapat meningkatkan keterampilan menulis teks persuasi pada siswa kelas VIII SMP Negeri 15 Palembang.

Dalam pelaksanaan dengan media iklan audiovisual ini, selain kelebihan juga terdapat kelemahan. Penelitian yang pernah dilakukan Dewi Ambarwati dengan judul Penggunaan media iklan advertorial terhadap keterampilan menulis persuasi siswa kelas X SMA Negeri 1 Prembun menunjukkan kelebihan yaitu memudahkan siswa dalam memahami materi menulis persuasi dan memotivasi siswa agar lebih mudah mengembangkan ide untuk menulis dan kelemahan yaitu membutuhkan waktu yang cukup untuk menyiapkan perangkat/media yang akan digunakan. Penelitian yang hampir sama dilakukan Yayah Fauziah dengan judul Penggunaan media iklan terhadap keterampilan menulis persuasi siswa kelas VIII SMP Negeri Islamiyah Ciputat menunjukkan kelebihan yaitu memudahkan siswa dalam memahami materi menulis persuasi dan kelemahan yaitu menggunakan media ini harus ketergantungan dengan aliran listrik dan ketersediaan alat. Kelebihan media iklan audiovisual dalam penelitian ini yaitu media ini merupakan media pembelajaran yang efektif dan efisien, sehingga

pembelajaran tidak membosankan dan monoton, serta lebih menarik minat. Media ini juga mampu memberikan pengaruh positif kepada siswa. Dengan menerapkan media audiovisual ini dalam menulis teks persuasi siswa lebih mudah untuk memahami teks persuasi, sehingga siswa lebih mudah untuk menulis teks persuasi dengan topik yang telah ditentukan. Selain itu dengan menggunakan iklan audiovisual, menulis persuasi dapat dilakukan di dalam kelas, tanpa harus keluar kelas karena media iklan audiovisual yang sudah dirancang mewakili realita dilapangan.

Kelemahannya media iklan audio visual adalah ketersediaan peralatan pada waktu yang dibutuhkan dan harus mampu menggunakan media secara tepat. Dengan demikian, pada akhir bahasan ini peneliti menyimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi "Pembelajaran menggunakan media iklan audiovisual lebih efektif dibandingkan dengan pembelajaran yang tidak menggunakan media iklan audiovisual dalam pembelajaran menulis teks persuasi pada siswa kelas VIII SMP Negeri 15 Palembang" terbukti kebenarannya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pembelajaran keterampilan menulis teks persuasi dengan menggunakan media iklan audiovisual berpengaruh terhadap keterampilan menulis teks persuasi pada siswa kelas VIII SMP Negeri 15 Palembang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa

ada pengaruh yang signifikan terhadap kemampuan menulis teks persuasi antara siswa yang diajar dengan media iklan audiovisual dan siswa yang diajar dengan tanpa media iklan audiovisual. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa media iklan audiovisual efektif digunakan dalam pembelajaran menulis teks persuasi.

Secara umum dapat diketahui bahwa untuk kelompok kontrol pada tes awal nilai terendah 42 dan nilai tertinggi 74. Pada tes akhir nilai terendah 42 dan nilai tertinggi 82, untuk siswa kelas eksperimen pada tes awal nilai terendah 45 dan nilai tertinggi 77. Pada tes akhir nilai terendah 51 dan nilai tertinggi 88.

Dengan adanya perbedaan kemampuan menulis teks persuasi antara siswa yang diajar dengan media iklan audiovisual dan siswa yang diajar dengan siswa yang tanpa diajar dengan media iklan audiovisual, maka dapat dinyatakan bahwa penerapan media audiovisual lebih efektif, lebih berhasil dibandingkan dengan tanpa diajarkan menggunakan media iklan audiovisual pada siswa kelas VIII SMP Negeri 15 Palembang.

Dari hasil pengujian uji t kedua kelas penelitian, dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan skor rata-rata pada kelas eksperimen dan kelas kontrol. Setelah dikonsultasikan pada t<sub>tab</sub> ternyata perbedaan tersebut signifikan. Hal itu dapat diketahui dari pengujian uji t yang menunjukkan bahwa  $t_{hit} > t_{tab}$  atau  $2,589 > 1,997$  dengan  $df = 66$  Pada tingkat signifikansi 95% ( $\alpha = 0,025$ )

Dengan demikian,  $H_a$  yang

berbunyi “Ada perbedaan keterampilan menulis teks persuasi antara siswa yang diajar menggunakan media iklan audiovisual dan siswa yang tidak diajar dengan menggunakan media iklan audiovisual ( $\mu_1 \neq \mu_2$ )” diterima,  $H_o$  berbunyi : “Tidak ada perbedaan keterampilan menulis teks persuasi antara siswa yang diajar menggunakan media iklan audiovisual dan siswa yang tidak diajar dengan menggunakan media iklan audiovisual ( $\mu_1 = \mu_2$ )” ditolak.

Dengan diterimanya  $H_a$ , maka dapat dikatakan bahwa penerapan media iklan audiovisual lebih efektif digunakan pada pembelajaran menulis teks persuasi.

## **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian eksperimen ini, disarankan kepada guru yang mengajar mata pelajaran bahasa Indonesia pada umumnya dan guru-guru bahasa Indonesia di SMP Negeri 15 Palembang khususnya agar kiranya dapat menjadikan media iklan audiovisual sebagai alternatif dalam pengajaran menulis teks persuasi di sekolah. Penggunaan media iklan audiovisual ini akan lebih menjadikan suasana kegiatan belajar mengajar menyenangkan dan tidak monoton.

Untuk penelitian selanjutnya media iklan audiovisual ini juga dapat dikembangkan lagi dengan keterampilan berbahasa lainnya, seperti menyimak, berbicara, membaca. Hanya saja rancangan video perlu dimodifikasi seefektif mungkin, jadi penelitian seperti ini

memerlukan waktu dan juga diperlukan keterampilan dalam mengoperasikan komputer.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Arsyad, Azhar. 2014. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
2. Djaramah, Syaiful Bahri dan Aswan Zain. 2010. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT.Rineka Cipta
3. Nurgiyantoro, Burhan. 2014. *Penilaian dalam Pembelajaran Bahasa dan Sastra*. Yogyakarta: BPFE
4. Rusman. 2012. *Belajar dan Pembelajaran Berbasis Komputer*. Bandung: Alfabeta
5. Sadiman, Arif S. 2006. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers
6. Sudjana, N. Dan Rivai. A. 2009. *Media Pengajaran*. Bandung: CV. Sinar Baru
7. Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Metode Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
8. Suprijanto. 2005. *Pendidikan Orang Dewasa*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
9. Swasta, B. 1996. *Azaz-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
10. Tarigan, Henry Guntur. 1993. *Menulis Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa
11. Wijayanti, Ari. 2006. *Pengajaran Bahasa yang Kreatif*. (Online). (<http://lubisgrafura.wordpress.com/2006/10/03/pengajaran-bahasayang-kreatif/>) diakses tanggal 20 Januari 2017