

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Iklan sebagai sarana pemasaran dan komunikasi. Iklan biasa digunakan oleh produsen atau penjual untuk memengaruhi pembeli atau konsumen. Sebagai sarana komunikasi iklan berisi informasi mengenai barang atau jasa yang disebarluaskan kepada khalayak agar tertarik terhadap barang ataupun jasa yang ditawarkan. Iklan bisa dijumpai di media audio visual atau di media cetak.

Media audio visual yang memberikan layanan iklan yaitu televisi. Contoh iklan di televisi berupa produk motor, kopi, dan peralatan elektronik. Iklan di media cetak salah satunya terdapat pada surat kabar. Surat kabar memuat iklan baris dan iklan kolom. Iklan baris disebut juga iklan kecil. Iklan ini memuat pemasaran barang barang dan jasa. Barang yang dipasarkan diantaranya mobil, tanah, rumah, dan property. Jasa yang ditawarkan di antaranya lowongan pekerjaan, persewaan mobil, salon perawatan tubuh atau kecantikan, dan bengkel.

Mempelajari teks iklan merupakan salah satu kebutuhan yang sangat diperlukan. Hal ini tercantum dalam Kurikulum 2013 (K13) kelas XII, sesuai yang tercantum dalam Kompetensi Inti (KI) 3 dan 4. KI 3 berbunyi “Memahami, menerapkan, menganalisis dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural dan metakognitif berdasarkan rasa ingin tahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya, dan humaniora dengan wawasan kemanusiaan, kebangsaan, kenegaraan, dan peradaban terkait penyebab fenomena dan kejadian, serta menerapkan pengetahuan procedural pada bidang kajian yang spesifik sesuai dengan bakat dan minatnya untuk memecahkan masalah”. KI 4 berbunyi “Mengolah, menalar, menyaji, dan mencipta dalam

ranah konkret dan ranah abstrak terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah secara mandiri serta bertindak secara efektif dan kreatif, dan mampu menggunakan metoda sesuai kaidah keilmuan”.

Melalui KI tersebut diturunkan dalam berbagai Kompetensi Dasar (KD). KD 3.1 “Memahami struktur dan kaidah teks cerita sejarah, berita, iklan, editorial/opini, dan cerita fiksi dalam novel baik melalui lisan maupun tulisan”. KD 3.2 “Membandingkan teks cerita sejarah, berita, iklan, editorial/opini, dan cerita fiksi dalam novel baik melalui lisan maupun tulisan”. KD 3.3 “Menganalisis teks cerita sejarah, berita, iklan, editorial/opini, dan cerita fiksi dalam novel baik melalui lisan maupun tulisan”. KD 3.4 “Mengevaluasi teks cerita sejarah, berita, iklan, editorial/opini, dan cerita fiksi dalam novel berdasarkan kaidah-kaidah baik melalui lisan maupun tulisan”. KD 4.1 “Menginterpretasi makna teks cerita sejarah, berita, iklan, editorial/opini, dan cerita fiksi dalam novel baik secara lisan maupun tulisan”. KD 4.2 yang berbunyi “Memproduksi teks cerita sejarah, berita, iklan, editorial/opini, dan cerita fiksi dalam novel yang koheren sesuai dengan karakteristik teks baik secara lisan maupun tulisan”. KD 4.3 “Menyunting teks cerita sejarah, berita, iklan, editorial/opini, dan cerita fiksi dalam novel sesuai dengan struktur dan kaidah teks baik secara lisan maupun tulisan”. KD 4.4 “Mengabstraksi teks cerita sejarah, berita, iklan, editorial/opini, dan cerita fiksi dalam novel baik secara lisan maupun tulisan”. KD 4.5 “Mengonversi teks cerita sejarah, berita, iklan, editorial/opini, dan cerita fiksi dalam novel ke dalam bentuk yang lain sesuai dengan struktur dan kaidah teks baik secara lisan maupun tulisan”. Dengan adanya KD tersebut terdapat indikator pembelajaran yang harus dicapai.

Berkaitan dengan indikator, agar tercapai salah satunya diperlukan bahan ajar yang sesuai dengan pemahaman serta perkembangan peserta didik. Banyaknya pilihan bahan ajar teks iklan seorang pendidik haruslah cermat dalam memilihnya. Misalkan, bahan ajar yang digunakan berasal dari iklan kolom pada surat kabar harian yang berupa iklan minuman berenergi, iklan rokok, dan iklan

jual rumah. Iklan tersebut tetap bisa diidentifikasi struktur serta kaidahnyaakan tetapi bila digunakan sebagai bahan ajar hal tersebut menjadi kurang sesuai dengan karakteristik dan perkembangan peserta didik. Bahwa diusia Sekolah Menengah Atas (SMA) belum memerlukan produk tersebut. Pemakaian bahan ajar tersebut dapat menghambat tercapainya indikator pembelajaran karena bahan ajar yang digunakan tidak dekat dengan lingkungan serta perkembangan siswa. Bahkan yang dikhawatirka peserta didik akan terpapar iklan hingga mempengaruhi perilaku mereka untuk mengenal produk tembakau atau produk alkohol.

Hal tersebut yang menjadi kegelisahan peneliti untuk melakukan penelitiannya. Pengembangan bahan ajar teks iklan dalam tingkatan Sekolah Menengah Atas (SMA) akan lebih sesuai bila menggunakan bahan ajar yang dekat dan sedang dibutuhkan oleh peserta didik. Misalkan, iklan pendidikan, iklan beasiswa, iklan bazar buku, iklan lomba menulis dan masih banyak lagi. Bahan ajar tersebut akan lebih memotivasi siswa dan yang diharapkan mempermudah siswa untuk memahaminya.

Ismawati (2012:70) menyatakan bahwa suatu hal yang perlu diperhatikan mengenai pemilihan dan penyusunan materi pelajaran adalah terlebih dulu kita harus mengadakan seleksidan organisasi materi. Seleksi melibatkan unsur relevansi dan esensi materi itu sendiri sedangkan organisasi materi meliputi luas bahan dan susunan bahan. Sepakat dengan hal tersebut dalam pemilihan bahan ajar hendaknya pendidik harus memilah berdasarkan kesesuaian dan kebutuhan peserta didik saat ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk menciptakan bahan ajar yang sesuai dengan karakteristik peserta didik. Melalui bahan ajar yang baik dan sesuai peserta didik diharapkan akan lebih mudah untuk memahami. Sehingga akan tercapai indikator pembelajaran yang telah ditentukan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana rencana pelaksanaan pembelajaran teks iklan di SMA Negeri 1 Godong?

2. Bagaimana kondisi bahan ajar di SMA Negeri 1 Godong?
3. Bagaimana kebutuhan bahan ajar guru dan siswa dalam pembelajaran teks iklan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah peneliti memiliki dua tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini.

1. Memaparkan rencana pelaksanaan pembelajaran teks iklan.
2. Mengkaji bahan ajar teks iklan.
3. Mengeksplorasi kebutuhan guru dan siswa terhadap bahan ajar teks iklan.

D. Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat dalam penelitian ini.

1. Manfaat teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pembaca mengenai bahan ajar teks iklan yang sesuai dengan karakteristik perkembangan peserta didik. Bahwa bahan ajar harus di sesuaikan dengan usia dan kebutuhan siswa agar pembelajaran mudah untuk dipahami peserta didik.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini digunakan untuk mengembangkan pembelajaran teks iklan. Mengembangkan pendidikan dan pembelajaran dalam penggunaan bahan ajar teks iklan agar tercapai indikator pembelajaran. Memberikan rancangan pembelajaran teks iklan pada pembelajaran bahasa Indonesia di SMA.