

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebagai manusia yang hidup di era modern seperti saat ini, manusia tidak luput dari media elektronik untuk memudahkan pekerjaan sehari-hari. Menurut Suryawati (2011: 43) “Media Elektronik merupakan salah satu jenis media massa yang memiliki kekhususan. Kekhususan terletak pada dukungan elektronik dan teknologi yang menjadi ciri dan kekuatan dari media berbasis elektronik.” Sedangkan dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Elektronik adalah alat yg dibuat berdasarkan prinsip elektronika; hal atau benda yg menggunakan alat-alat yg dibentuk atau bekerja atas dasar elektronika. Alat-alat tersebut meliputi Televisi, Kipas Angin, Telepon Genggam, AC (Air Conditioner), Komputer, Komputer Jinjing, dan lain sebagainya. Salah satu alat Elektronik atau media elektronik yang populer adalah Televisi.

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Televisi adalah sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar. Jadi, Televisi merupakan salah satu alat elektronik yang sangat dekat dan berperan dalam kehidupan manusia karena dapat digunakan kapanpun dibutuhkan. Media ini dapat menyajikan sesuatu menggunakan visual dan suara sekaligus sehingga, tidak heran sangat digemari oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, bahkan orang tua pun sangat gemar dengan alat elektronik tersebut.

Televisi atau sering kali disingkat TV ini, menghadirkan berbagai tayangan yang bervariasi seperti FTV, sinetron, iklan, komedi, lomba-lomba (konser), berita, gosip-gosip terkini dan lain-lainnya. Tayangan yang bervariasi dan memikat minat seseorang ini, membuat seseorang akan mampu duduk di depan televisi berjam-jam mulai dari pagi hingga malam hari.

Salah satu tayangan Televisi yang sering kali muncul adalah iklan karena disetiap acara tayangan iklan pasti akan muncul. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Iklan adalah berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Jadi, Suatu perusahaan akan mempromosikan produk dengan berbagai cara agar produk yang dimilikinya diminati oleh semua kalangan, sehingga tidak heran jika banyak iklan-iklan yang ditayangkan di TV kurang mendidik dalam arti tidak patut untuk ditiru.

Acara yang sedemikian rupa dapat mempengaruhi pola pikir seseorang, khususnya anak-anak ketika memasuki fase remaja. Kondisi ini biasa disebut dengan masa pubertas atau sering disingkat puber. Banyak tayangan iklan yang kurang mendidik menjadikan anak-anak remaja sebagai figurnya sehingga, banyak dari mereka yang mengikuti tanpa menyaring antara dampak negatif dan positifnya. Dalam hal ini, perlu diadakannya pengawasan terhadap anak-anak yang memasuki fase remaja. Saat ini dalam kehidupan sehari-hari pergaulan remaja sangat bebas. Meskipun sebenarnya pengaruh seseorang bergantung dengan kepribadian masing-masing. Sri Desti dalam jurnal “Dampak Tayangan Film di Televisi Terhadap Perilaku Anak”, menyimpulkan segala bentuk tindak

kekerasan bukan merupakan hasil dari pengaruh media televisi, melainkan disebabkan oleh pengaruh lingkungan tempat tinggal.

Tetapi, biar bagaimanapun televisi memang memegang peranan pada perkembangan anak yang menonton, selain lingkungan tempat tinggal. Asalkan peran orang tua mengarahkan anak-anaknya dalam menonton televisi, tidaklah sampai merusak setiap individu tersebut. Sehingga, perlu adanya keselarasan antara orang tua, lingkungan, dan anak.

Kondisi kekinian anak-anak remaja Indonesia sangat berpengaruh mengenai dampak Iklan. Berbagai mode produk mereka ikuti tanpa mempertimbangkan dampak positif dan negatif terhadap dirinya. Banyak sekali anak remaja yang berlaku cerdas sekali dalam iklan, akan tetapi kenyataannya jauh dari itu. Kecerdasan itu hanya ada di dalam iklan, sehingga manfaat iklan hanya di dapatkan oleh pemilik modal iklan tanpa memikirkan masa depan anak bangsa. Dalam jurnal “Representasi Anak-Anak dalam Tayangan Iklan Komersial Di Media” milik Dian Marheini K, menjelaskan mengenai fungsi iklan yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan, menginformasikan dan membujuk lebih dominan menekankan unsur membujuk sesuai dengan kepentingan pemilik modal untuk menarik konsumen mengkonsumsi produk sebanyak-banyaknya. Unsur pendidikan, mengidentifikasi, dan menginformasi yang seharusnya menjadikan iklan sebagai sarana pendidikan bagi masyarakat tidak mampu melaksanakan fungsi yang seharusnya.

Iklan yang banyak memberikan pengaruh besar terhadap anak remaja sekarang, salah satunya yaitu iklan yang berkaitan dengan mode masa kini seperti iklan baju, perawatan tubuh, pemutih kulit dan lain sebagainya. Iklan untuk

perawatan tubuh saja sudah bermacam macam, salah satunya yaitu minyak wangi yang berbagai merk. Contoh iklan minyak wangi menjadikan remaja sebagai objek yaitu iklan minyak wangi “Izzi”, dalam iklan tersebut seorang remaja perempuan menjadi terkenal dan ditaksir banyak lelaki di sekolahnya karena memakai minyak wangi tersebut.

Dari contoh iklan tersebut, peneliti mencoba untuk mengaitkan iklan dengan bahan ajar untuk penulisan Teks Laporan Hasil Observasi. Tujuannya agar remaja dapat menilai dan menyaring sesuatu yang baik atau tidak baik untuk dirinya. Apalagi contoh kasus iklan tersebut berada di lingkungan sekolah, sehingga sangat cocok dikaji dengan mengaitkan kasus tersebut dengan pembelajaran di sekolah. Pembelajaran adalah proses menjadikan anak agar mau belajar sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Menjadikan anak mau belajar bukanlah hal yang gampang. Seorang pendidik dituntut mampu memotivasi siswa agar mau belajar dengan tekun. Seorang pendidik sebelum berdiri di depan kelas maka harus belajar. Pendidik harus merencanakan serta menguasai dengan baik materi pembelajaran di kelas. Menurut Sumiati dan Asra (2008:11) “Menentukan metode atau kegiatan belajar merupakan langkah penting yang dapat menunjang keberhasilan mencapai tujuan. Kegiatan itu harus disesuaikan dengan tujuan. Dalam menetapkan kegiatan belajar ini guru harus menetapkan kegiatan mana yang perlu dan tidak perlu dilakukan”.

Proses pembelajaran yang sering berlangsung di sekolah-sekolah masih berorientasi pada pendidik (*Teacher Center*) sehingga yang menyampaikan semua materi di kelas hanya pendidik tanpa melibatkan peserta didik atau peserta didik hanya berperan sebagai penerima informasi saja. Dalam hal ini

mengakibatkan keterlibatan peserta didik dalam proses pembelajaran bisa dikatakan kurang maksimal karena peserta didik kurang memberikan pendapat atau memberikan gagasannya, mengajukan pertanyaan, dan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pendidik. Jadi, fakta tersebut menunjukkan bahwa kemampuan berpikir peserta didik masih kurang dilatih. Seharusnya proses pembelajaran di kelas bukan hanya pendidik yang berperan tetapi, peserta didik harus ikut serta berperan dalam pembelajaran. Dalam pembelajaran yang berorientasi kepada peserta didik (*Student Center*), peserta didik dituntut untuk mandiri, peserta didik mencari tahu sendiri mengenai materi yang dipelajari dengan dikaitkan pada suatu fenomena atau permasalahan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Maka secara tidak langsung kemampuan berpikir peserta didik dapat dilihat dari kemampuan menulis peserta didik. Peter Reason (dalam Sanjaya, 2013: 230) berpendapat sebagai berikut “Berpikir (*thinking*) adalah proses mental seseorang yang lebih dari sekedar mengingat (*remembering*) dan memahami (*comprehending*)”. Dari pendapat tersebut dapat menjadi sebuah acuan dalam belajar yakni berpikir adalah akar dari sebuah kecerdasan seseorang. Jika kemampuan berpikir peserta didik meningkat, secara tidak langsung kemampuan untuk menulis juga akan meningkat. Menulis merupakan kegiatan seseorang untuk menyampaikan gagasan kepada pembaca. Sedangkan menurut KBBI menulis adalah melahirkan pikiran atau perasaan dengan tulisan. Jadi, kemampuan berpikir dan kemampuan menulis saling memengaruhi.

Melalui proses belajar *student center*, diharapkan peserta didik dapat melatih proses berpikir dengan menggunakan metode dan media pembelajaran yang tepat. Pendidik bebas menggunakan metode dan media apapun sebagai

strategi pembelajaran. Tetapi, metode dan media pembelajaran yang tepat adalah metode dan media yang dapat membantu peserta didik mencapai tujuan pembelajaran, dengan melibatkan peserta didik secara langsung. Ketika peserta didik terlibat langsung dalam sebuah permasalahan, kemampuan berpikir peserta didik akan terlatih, sehingga kemampuan menulis juga akan meningkat dan dapat membantu peserta didik untuk memahami suatu permasalahan tersebut.

Sofan Amri dkk. (2011:116) berpendapat sebagai berikut “Media mencakup semua sumber yang diperlukan untuk melakukan komunikasi dengan peserta didik. Sumber itu dapat berupa perangkat keras, seperti komputer, televisi, LCD, dan perangkat lunak yang digunakan pada perangkat keras itu”. Sehingga, dalam iklan di televisi dapat dijadikan sebagai media dalam pembelajaran tersebut, disesuaikan dengan bahan/ materi ajar yang ada. Dengan demikian, peserta didik lebih mudah mencerna materi ajar yang disampaikan pendidik menggunakan media dari pada penjelasan tanpa bantuan media. Jadi, kegiatan pembelajaran dapat berjalan dengan baik apabila dalam pembelajaran pendidik dapat menentukan media pembelajaran yang sesuai dengan materi yang akan diajarkannya sehingga tujuan pembelajaran dapat tercapai.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tayangan iklan di televisi sebagai media yang digunakan dalam pembelajaran, sedangkan metode atau strategi yang digunakan adalah strategi pembelajaran peningkatan kemampuan berpikir. Menurut Sanjaya (2006: 226) model strategi pembelajaran peningkatan kemampuan berpikir (SPPKB) adalah model pembelajaran yang tertumpu pengembangan kemampuan berpikir siswa melalui telaahan fakta-fakta atau pengalaman anak sebagai bahan untuk memecahkan masalah yang diajukan.

Peneliti menggunakan strategi pembelajaran peningkatan kemampuan berpikir karena landasan psikologis SPPKB adalah aliran psikologi kognitif. Menurut Sanjaya (2006: 230) berpendapat “Dalam pespektif psikologi kognitif strategi pembelajaran peningkatan kemampuan berpikir, belajar adalah proses aktif individu dalam membangun dan mencapai tujuan”.Pendapat tersebut dapat diartikan proses belajar berpikir tidaklah tergantung pengaruh dari lingkungan sekitar saja, tetapi sangat tergantung kepada individu yang belajar (*student centered*). Dalam arti lain, tingkat pengaruh seseorang individu tergantung bagaimana seseorang tersebut menyikapi suatu permasalahan yang ada dan itu bersifat pribadi (menurut diri sendiri).

Dari pemaparan tersebut, peneliti mencoba untuk mengajak peserta didik belajar meningkatkan kemampuan menulis menggunakan media yaitu tayangan-tayangan iklan di televisi yang menurut peneli kurang mendidik untuk anak remaja kini sebagai media dalam bahan ajar Teks Laporan Hasil Observavi kelas VII di MTs Negeri Bangkalan

Peneliti mengambil peserta didik kelas VII karena usia di kelas VII merupakan pelalihan dari fase anak-anak menjadi fase remaja. Didalam masa peralihan tersebut, anak-anak sering kali masih mudah terpengaruh oleh sesuatu yang bagus tanpa memperhatikan pengaruh terhadap dirinya. Dengan meningkatkan kemampuan berpikir dengan menulis teks laporan hasil observasi diharapkan peserta didik mampu mengembangkan tingkat kedewasaannya, sehingga peserta didik dapat memilah-milah sesuatu yang baik dan tidak baik untuk dirinya. Apalagi kondisi kekian peserta didik kelas VIIi MTs Negeri Bangkalan, peserta didik sangat bebas untuk mengakses *gadget* atau *handphone*.

Meskipun hampir setiap hari ada pemeriksaan untuk peserta yang membawa *handphone* oleh pihak sekolah. Belum lagi ketika mereka berada di rumah masing-masing, pasti ada televisi yang siap sedia menemani kapanpun mereka membutuhkannya. Kebebasan untuk menggunakan jejaring sosial tersebut, sehingga informasi yang mereka dapatkan sangat tidak terbatas. Tidak terbatasnya informasi tersebut mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku peserta didik, jika masing-masing individu peserta didik tidak dapat mengontrol.

Maka dari itu perlu adanya rangsangan kepada peserta didik untuk belajar sejak dini. Jika peserta didik diberi arahan sejak dini, maka kemungkinan keterpengaruhan terhadap suatu hal yang baru mereka lihat akan berkurang. Mereka akan mencerna dan memilah-milah terlebih dahulu sebelum melakukan sesuatu, sehingga peserta didik dapat menjadi pribadi yang lebih baik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disusun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu "Bagaimana pengaruh media video iklan terhadap kemampuan menulis teks laporan hasil observasi siswa kelas VII MTs Negeri Bangkalan?"

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu "Untuk mengetahui pengaruh media video iklan terhadap kemampuan menulis teks laporan hasil observasi siswa kelas VII MTs Negeri Bangkalan".

1.4. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian yang dilakukan tentunya akan memberi manfaat baik itu secara teoretis maupun secara praktis. Kedua manfaat penelitian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini memberi manfaat diantaranya:

- a. Dapat menjadi masukan, informasi atau referensi terkait dengan pengaruh pola pikir peserta didik terhadap tayangan iklan di televisi.
- b. Memberikan pandangan pendidik sebagai tambahan bahan ajar dalam proses meningkatkan kemampuan menulis peserta didik.
- c. Menjadi masukan terhadap penyelenggara iklan (perusahaan) agar lebih berhati-hati dalam proses pembuatan iklan.

2) Praktis

Manfaat secara praktis yaitu supaya bisa memberikan wawasan terhadap peserta didik tentang bagaimana menggunakan serta memahami pengaruh tayangan iklan di televisi, sehingga dapat menerapkan dalam kehidupan sehari-hari.

1.5. Hipotesis

Hipotesis yaitu suatu jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 2010:110).

Jawaban sementara yang masih lemah kebenarannya tersebut, maka perlu adanya uji kebenaran. Dari latar belakang penelitian, untuk mengetahui pengaruh

yang signifikan pada penelitian ini, maka peneliti mengajukan hipotesis penelitian yaitu:

Ha : Ada pengaruh penggunaan media video iklan terhadap kemampuan menulis teks laporan hasil observasi siswa kelas VII MTs Negeri Bangkalan.

Ho : Tidak Ada pengaruh penggunaan media video iklan terhadap kemampuan menulis teks laporan hasil observasi siswa kelas VII MTs Negeri Bangkalan.

1.6. Definisi Operasional

1.6.1. Iklan

Masyarakat Periklanan Indonesia mengartikan iklan sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk atau jasa yang disampaikan lewat suatu media dan ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Sementara periklanan diartikan sebagai keseluruhan proses yang meliputi persiapan, pelaksanaan, dan pengawasan penyampaian iklan (Riyanto, dalam Widyataman 2007: 16).

1.6.2. Media Pembelajaran

Media pembelajaran diartikan sebagai hal yang dapat dipergunakan untuk menyalurkan pesan (*message*), merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan kemauan siswa sehingga dapat mendorong proses belajar. Bentuk-bentuk media pembelajaran dilakukan untuk meningkatkan pengalaman belajar agar menjadi lebih konkrit. Pembelajaran dengan menggunakan media pembelajaran tidak hanya sekedar menggunakan kata-kata (*symbol verbal*). Dengan demikian dapat

kita harapkan hasil pengalaman belajar lebih bagi siswa (Sumiati dan Asra, 2008: 160).

1.6.3 Kemampuan Menulis

Menulis merupakan suatu ketrampilan berbahasa yang dipergunakan untuk berkomunikasi secara tidak langsung, tidak secara tatap muka. Menulis merupakan kegiatan yang produktif dan ekspresif (Tarigan, 2008: 3).

1.6.4 Teks Laporan Hasil Observasi

Teks hasil observasi merupakan salah satu mata pelajaran ke kelas VII yang mempelajari bagaimana seorang siswa dapat mengamati suatu kejadian atau peristiwa untuk memecahkan suatu persoalan berdasarkan kriteria. Secara pengertian umum Teks Laporan Hasil Observasi adalah Teks yang berisi informasi mengenai suatu objek berdasarkan hasil penelitian atau pengamatan.