



PEMETAAN KESULITAN SISWA DALAM MENULIS TEKS PADA SISWA KELAS VIII

Mega Virginia¹, Fahrudin², Andi Muh. Ruum Sya'baan³

^{1,2,3} Universitas Halu Oleo

*Correspondence e-mail: Megavirginia06@gmail.com¹, fahru_08@uho.ac.id², andimruum@uho.ac.id³

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Submitted: 9 Januari 2025

Accepted: 10 Februari 2026

Published: 11 Maret 2026

Hal: 19-28

Kata kunci:

kesulitan menulis; teks iklan; kalimat persuasif; kalimat imperatif; pembelajaran bahasa Indonesia

ABSTRAK

Keterampilan menulis teks iklan merupakan bagian penting dalam pembelajaran bahasa Indonesia karena menuntut kemampuan siswa menyampaikan informasi secara jelas, persuasif, dan komunikatif. Namun, dalam praktik pembelajaran, siswa masih menghadapi berbagai kesulitan dalam menyusun teks iklan yang sesuai dengan struktur dan kaidah kebahasaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor kesulitan siswa dalam menulis teks iklan pada siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Wawonii Selatan. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan subjek penelitian sebanyak 31 siswa yang dipilih melalui teknik total sampling. Data diperoleh melalui tes menulis iklan yang dinilai menggunakan rubrik penilaian berdasarkan lima aspek, yaitu informasi iklan, penggunaan kalimat imperatif, penggunaan kalimat persuasif, penentuan sasaran iklan, dan kreativitas. Analisis data dilakukan dengan teknik deskriptif kuantitatif melalui perhitungan skor dan persentase pada setiap aspek penilaian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan menulis teks iklan siswa masih tergolong rendah, dengan tingkat ketuntasan klasikal hanya mencapai 22,58%, sedangkan 77,41% siswa belum mencapai kriteria ketuntasan minimal. Kesulitan utama siswa terdapat pada penggunaan kalimat imperatif (90,32%), kalimat persuasif (87,09%), penentuan sasaran iklan (83,87%), serta penyampaian informasi iklan (67,74%). Meskipun demikian, seluruh siswa menunjukkan kemampuan yang baik pada aspek kreativitas. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kesulitan menulis teks iklan tidak disebabkan oleh kurangnya ide, melainkan oleh keterbatasan penguasaan unsur kebahasaan, pemahaman fungsi bahasa persuasif, serta kemampuan menyesuaikan pesan iklan dengan sasaran pembaca. Hasil penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor kesulitan siswa dalam menulis teks iklan yang dapat menjadi dasar dalam merancang strategi pembelajaran menulis yang lebih efektif dan kontekstual.



© 2026 The Authors. Published by Jurnal Pesastra. This is an open access article under the CC BY license <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

PENDAHULUAN

Keterampilan menulis merupakan salah satu keterampilan berbahasa yang bersifat produktif dan kompleks karena menuntut kemampuan siswa dalam menuangkan ide, gagasan, serta pesan secara tertulis dengan memperhatikan struktur, pilihan kata, dan kaidah kebahasaan. Dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di tingkat SMP/MTs, keterampilan menulis menjadi bagian penting karena berfungsi melatih kemampuan berpikir kritis, kreatif, dan komunikatif siswa. Namun demikian, menulis sering dianggap sebagai keterampilan yang paling sulit dikuasai dibandingkan keterampilan berbahasa lainnya, sehingga pelaksanaannya di kelas masih menghadapi berbagai kendala (Nafis, 2020). Salah satu bentuk keterampilan menulis yang dipelajari

siswa kelas VIII adalah menulis iklan. Menulis iklan menuntut siswa tidak hanya kreatif dalam menyusun pesan, tetapi juga mampu menggunakan struktur teks iklan dan kaidah kebahasaan secara tepat agar pesan yang disampaikan bersifat informatif, persuasif, dan menarik. Dalam Kurikulum 2013, materi teks iklan diarahkan agar siswa mampu menyampaikan gagasan, pesan, dan ajakan secara efektif melalui bahasa tulis. Oleh karena itu, kemampuan menulis iklan menjadi indikator penting keberhasilan pembelajaran menulis di kelas VIII (Ramdhani et al., 2023).

Meskipun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa kemampuan menulis iklan siswa masih tergolong rendah dan belum berkembang secara optimal. Penelitian Ramdhani et al. (2023) menemukan bahwa kemampuan menulis teks iklan siswa kelas VIII SMPN 17 Mataram berdasarkan aspek struktur berada pada kategori cukup mampu, sedangkan aspek kaidah kebahasaan berada pada kategori kurang mampu. Hal ini menunjukkan bahwa siswa masih mengalami kesulitan dalam menerapkan unsur kebahasaan yang menjadi ciri khas teks iklan, seperti kalimat persuasif dan pemilihan kata yang tepat. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Nafis (2020) yang menyatakan bahwa meskipun sebagian siswa mampu menulis iklan berdasarkan struktur teks, masih terdapat kelemahan pada aspek kebahasaan tertentu, khususnya pada pernyataan persuasif dan pilihan kata yang berima dan puitis. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kemampuan menulis iklan siswa tidak berkembang secara merata pada setiap aspek penilaian, sehingga menimbulkan kesenjangan antara kreativitas ide dan ketepatan kaidah bahasa.

Selain itu, penelitian-penelitian yang berfokus pada upaya peningkatan keterampilan menulis iklan menunjukkan bahwa kemampuan siswa dapat ditingkatkan melalui penerapan metode dan media pembelajaran tertentu, seperti teknik pemodelan, penggunaan media Canva, dan penerapan model pembelajaran inovatif lainnya. Penelitian tentang peningkatan keterampilan menulis iklan melalui teknik pemodelan dan media digital menunjukkan adanya peningkatan hasil belajar siswa setelah diberikan perlakuan pembelajaran yang variatif dan kontekstual. Namun, penelitian-penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada hasil peningkatan kemampuan, bukan pada pemetaan kesulitan awal yang dialami siswa dalam menulis iklan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut, yaitu penelitian yang secara khusus memotret dan menganalisis faktor-faktor kesulitan siswa dalam menulis iklan. Sebagian besar penelitian terdahulu berorientasi pada peningkatan kemampuan menulis iklan melalui penerapan metode tertentu, sedangkan kajian yang berfokus pada identifikasi letak kesulitan siswa berdasarkan aspek struktur, kebahasaan, dan konteks pembelajaran masih relatif terbatas. Padahal, pemahaman terhadap faktor kesulitan merupakan langkah awal yang penting sebelum merancang strategi pembelajaran yang efektif.

Kebaruan (state of the art) penelitian ini terletak pada fokus kajian yang tidak hanya menggambarkan kemampuan menulis iklan siswa, tetapi juga menganalisis secara mendalam faktor-faktor yang menyebabkan siswa mengalami kesulitan dalam menulis iklan. Analisis dilakukan dengan memerhatikan aspek struktur teks iklan, penggunaan kalimat persuasif dan imperatif, penentuan sasaran iklan, serta kemampuan siswa dalam menyampaikan informasi iklan secara jelas. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai permasalahan pembelajaran menulis iklan di kelas VIII.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor kesulitan siswa kelas VIII dalam menulis iklan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi guru Bahasa Indonesia dalam merancang pembelajaran menulis iklan yang lebih tepat sasaran serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji keterampilan menulis iklan dari sudut pandang yang lebih mendalam.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk menggambarkan kemampuan menulis iklan siswa serta menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan siswa mengalami kesulitan dalam menulis iklan. Pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau hubungan sebab-akibat, melainkan memotret kondisi kemampuan siswa dan letak kesulitannya berdasarkan data empiris yang diperoleh dari hasil tulisan siswa.

Penelitian dilaksanakan di SMP Negeri 1 Wawonii Selatan pada semester genap tahun ajaran berjalan. Subjek penelitian ini adalah siswa kelas VIII yang berjumlah 31 siswa. Seluruh siswa dijadikan subjek penelitian dengan teknik total sampling, mengingat jumlah populasi yang relatif terbatas dan sesuai dengan tujuan penelitian deskriptif.

Objek penelitian ini adalah kemampuan menulis iklan siswa, yang dianalisis berdasarkan beberapa aspek penilaian. Aspek-aspek tersebut meliputi informasi iklan, penggunaan kalimat imperatif, penggunaan kalimat persuasif, penentuan sasaran iklan, dan kreativitas. Aspek-aspek ini dipilih karena merupakan unsur utama dalam penulisan iklan serta menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan siswa dalam menyampaikan pesan iklan secara efektif.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tes menulis. Tes diberikan dalam bentuk tugas menulis iklan dengan tema yang telah ditentukan. Melalui tes ini, siswa diminta untuk menulis sebuah teks iklan secara tertulis dengan memperhatikan unsur-unsur dan kaidah penulisan iklan. Instrumen penelitian berupa rubrik penilaian menulis iklan yang disusun berdasarkan indikator kemampuan menulis iklan, sehingga hasil tulisan siswa dapat dinilai secara objektif dan sistematis.

Teknik analisis data dilakukan secara kuantitatif deskriptif. Skor hasil tes menulis siswa dianalisis dengan menghitung nilai yang diperoleh pada setiap aspek penilaian, kemudian dikonversi ke dalam bentuk persentase. Persentase tersebut digunakan untuk menentukan tingkat ketuntasan kemampuan menulis iklan siswa secara individual dan klasikal berdasarkan kriteria ketuntasan minimal (KKM) yang berlaku di sekolah. Selain itu, analisis per aspek digunakan untuk mengidentifikasi dan memetakan letak kesulitan siswa dalam menulis iklan. Aspek-aspek yang menunjukkan persentase ketidaktuntasan tinggi diinterpretasikan sebagai indikator adanya faktor kesulitan dalam kemampuan menulis iklan.

Dengan demikian, faktor kesulitan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan hasil analisis kemampuan menulis iklan siswa pada setiap aspek penilaian, bukan melalui pengujian hubungan statistik antarvariabel. Hasil analisis ini selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam pembahasan untuk menjelaskan faktor-faktor yang menyebabkan siswa mengalami kesulitan dalam menulis iklan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian ini diperoleh dari tes menulis iklan yang diberikan kepada siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Wawonii Selatan. Data dianalisis secara kuantitatif deskriptif untuk mengetahui kemampuan menulis iklan siswa secara umum serta untuk memetakan aspek-aspek yang menjadi sumber kesulitan siswa dalam menulis iklan.

1. Kemampuan Menulis Iklan Siswa Secara Umum

Berdasarkan hasil tes menulis iklan, kemampuan siswa dianalisis dengan mengacu pada kriteria ketuntasan minimal (KKM) yang berlaku di sekolah. Rekapitulasi kemampuan menulis iklan siswa secara umum disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Ketuntasan Kemampuan Menulis Iklan Siswa

Kategori Kemampuan	Jumlah Siswa	Persentase
Mampu/Tuntas	7	22,58%
Belum Mampu	24	77,41%
Jumlah	31	100%

*hasil olahan data peneliti

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa hanya **22,58% siswa** yang mampu menulis iklan sesuai kriteria yang ditetapkan, sedangkan **77,41% siswa** belum mampu. Data ini menunjukkan bahwa secara klasikal kemampuan menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Wawonii Selatan tergolong **rendah**.

2. Kemampuan Menulis Iklan Berdasarkan Aspek Penilaian

Untuk mengetahui letak kesulitan siswa secara lebih rinci, kemampuan menulis iklan dianalisis berdasarkan lima aspek penilaian, yaitu informasi iklan, penggunaan kalimat imperatif, penggunaan kalimat persuasif, sasaran iklan, dan kreativitas.

a. Aspek Informasi Iklan

Hasil penilaian kemampuan menulis iklan berdasarkan aspek informasi iklan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Kemampuan Siswa Berdasarkan Aspek Informasi Iklan

Kategori	Jumlah Siswa	Persentase
Mampu	10	32,25%
Belum Mampu	21	67,74%
Jumlah	31	100%

*hasil olahan data peneliti

Berdasarkan Tabel 2, sebagian besar siswa (**67,74%**) belum mampu menyampaikan informasi iklan secara jelas dan lengkap. Hal ini menunjukkan bahwa siswa masih mengalami kesulitan dalam menyusun isi iklan yang informatif.

b. Aspek Kalimat Imperatif

Hasil penilaian kemampuan siswa pada aspek penggunaan kalimat imperatif disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Kemampuan Siswa Berdasarkan Aspek Kalimat Imperatif

Kategori	Jumlah Siswa	Persentase
Mampu	3	9,67%
Belum Mampu	28	90,32%
Jumlah	31	100%

*hasil olahan data peneliti

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa **90,32% siswa** belum mampu menggunakan kalimat imperatif secara tepat dalam iklan. Aspek ini merupakan aspek dengan tingkat ketidaktuntasan tertinggi.

c. Aspek Kalimat Persuasif

Hasil penilaian kemampuan siswa berdasarkan aspek penggunaan kalimat persuasif disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Kemampuan Siswa Berdasarkan Aspek Kalimat Persuasif

Kategori	Jumlah Siswa	Persentase
Mampu	4	12,90%
Belum Mampu	27	87,09%
Jumlah	31	100%

*hasil olahan data peneliti

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar siswa (**87,09%**) belum mampu menyusun kalimat persuasif yang efektif dalam iklan. Hal ini mengindikasikan bahwa siswa masih kesulitan dalam menyusun kalimat yang bersifat membujuk atau memengaruhi pembaca.

d. Aspek Sasaran Iklan

Hasil penilaian kemampuan siswa berdasarkan aspek penentuan sasaran iklan disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Kemampuan Siswa Berdasarkan Aspek Sasaran Iklan

Kategori	Jumlah Siswa	Persentase
Mampu	5	16,12%
Belum Mampu	26	83,87%
Jumlah	31	100%

*hasil olahan data peneliti

Berdasarkan Tabel 5, sebanyak **83,87% siswa** belum mampu menentukan sasaran iklan secara tepat. Hal ini menunjukkan bahwa siswa masih kesulitan dalam menyesuaikan isi iklan dengan target pembaca atau konsumen.

Ringkasan Hasil Penelitian

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa memiliki kreativitas yang baik dalam membuat iklan, namun masih mengalami kesulitan pada aspek-aspek teknis dan kebahasaan. Aspek penggunaan kalimat imperatif, kalimat

persuasif, sasaran iklan, dan penyampaian informasi iklan merupakan aspek dengan tingkat ketidaktuntasan yang tinggi. Data ini menjadi dasar untuk mengidentifikasi faktor-faktor kesulitan siswa dalam menulis iklan yang akan dibahas lebih lanjut pada bagian pembahasan.

Pembahasan

Pembahasan penelitian ini difokuskan pada analisis faktor-faktor yang menyebabkan siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Wawonii Selatan mengalami kesulitan dalam menulis iklan. Analisis dilakukan dengan mengaitkan hasil penelitian pada setiap aspek penilaian dengan teori serta temuan penelitian terdahulu yang relevan. Dengan pendekatan ini, pembahasan tidak hanya menjelaskan *apa* yang menjadi kesulitan siswa, tetapi juga *mengapa* kesulitan tersebut terjadi.

a) Kesulitan Siswa dalam Menyampaikan Informasi Iklan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar siswa belum mampu menyampaikan informasi iklan secara jelas dan lengkap. Ketidakmampuan ini mengindikasikan bahwa siswa belum memahami fungsi utama iklan sebagai media penyampaian informasi dan pesan kepada khalayak sasaran. Informasi iklan seharusnya memuat gambaran produk atau jasa secara ringkas namun bermakna, sehingga pembaca dapat memahami manfaat dan tujuan iklan tersebut.

Kesulitan pada aspek ini sejalan dengan temuan Ramdhani et al. (2023) yang menyatakan bahwa siswa cenderung menulis iklan secara sederhana tanpa memperhatikan kelengkapan informasi yang dibutuhkan pembaca. Kondisi ini menunjukkan bahwa siswa belum terbiasa mengembangkan gagasan secara tertulis dan masih terbatas dalam mengorganisasikan ide ke dalam bentuk teks iklan yang utuh. Dengan kata lain, siswa mengetahui *apa* yang akan diiklankan, tetapi belum mampu menjelaskan *mengapa* dan *untuk siapa* iklan tersebut dibuat.

b) Kesulitan dalam Penggunaan Kalimat Imperatif dan Persuasif

Aspek penggunaan kalimat imperatif dan persuasif merupakan aspek yang menunjukkan tingkat kesulitan paling tinggi. Sebagian besar siswa belum mampu menggunakan kalimat imperatif secara tepat, padahal kalimat imperatif merupakan ciri kebahasaan utama dalam teks iklan. Ketidakmampuan ini menunjukkan bahwa siswa belum memahami fungsi bahasa sebagai alat untuk mengajak, memerintah, atau memengaruhi pembaca.

Kesulitan ini juga ditemukan dalam penelitian Nafis (2020) yang menyatakan bahwa siswa sering menulis iklan dalam bentuk pernyataan biasa, bukan kalimat ajakan. Hal ini mengindikasikan bahwa siswa belum mampu membedakan antara bahasa informatif dan bahasa persuasif. Selain itu, rendahnya kemampuan menyusun kalimat persuasif menunjukkan keterbatasan kosakata dan lemahnya penguasaan gaya bahasa yang bersifat membujuk.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesulitan pada aspek kebahasaan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga berkaitan dengan pemahaman fungsi komunikatif teks iklan. Siswa belum sepenuhnya menyadari bahwa keberhasilan iklan ditentukan oleh kemampuan bahasa dalam memengaruhi pembaca, bukan sekadar menyampaikan informasi.

c) Kesulitan dalam Menentukan Sasaran Iklan

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian besar siswa belum mampu menentukan sasaran iklan dengan tepat. Ketidakmampuan ini menunjukkan bahwa siswa belum memahami konteks sosial penggunaan iklan. Menentukan sasaran iklan menuntut kemampuan berpikir kritis dan kontekstual, yaitu memahami siapa pembaca iklan dan bagaimana bahasa yang sesuai untuk sasaran tersebut.

Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa siswa sering menulis iklan tanpa mempertimbangkan karakteristik pembaca (Ramdhani et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pembelajaran menulis iklan masih berfokus pada produk yang diiklankan, bukan pada pembaca atau konsumen sebagai target utama. Akibatnya, iklan yang ditulis siswa cenderung bersifat umum dan kurang efektif.

d) Kreativitas Siswa dan Paradoks Kesulitan Menulis Iklan

Menariknya, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh siswa dinyatakan mampu pada aspek kreativitas. Temuan ini menunjukkan bahwa siswa sebenarnya memiliki ide, imajinasi, dan daya cipta yang baik dalam membuat iklan. Namun, kreativitas tersebut tidak diimbangi dengan kemampuan teknis dan kebahasaan yang memadai.

Kondisi ini menunjukkan adanya paradoks dalam pembelajaran menulis iklan, yaitu siswa kreatif tetapi belum mampu mengekspresikan kreativitas tersebut secara linguistik dan struktural. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kesulitan menulis iklan bukan terletak pada kekurangan ide, melainkan pada lemahnya penguasaan struktur teks, kaidah kebahasaan, dan pemahaman fungsi bahasa iklan. Hal ini sejalan dengan penelitian-penelitian peningkatan keterampilan menulis iklan yang menekankan pentingnya bimbingan, contoh, dan pemodelan dalam pembelajaran menulis.

Faktor-Faktor Kesulitan Menulis Iklan

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, faktor kesulitan siswa dalam menulis iklan dapat diklasifikasikan ke dalam faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi keterbatasan kosakata, lemahnya pemahaman terhadap fungsi kalimat persuasif dan imperatif, serta kesulitan mengorganisasikan ide secara tertulis. Faktor eksternal meliputi kurangnya pembiasaan menulis iklan, keterbatasan contoh dan media pembelajaran, serta strategi pembelajaran yang belum sepenuhnya menekankan aspek kebahasaan dan sasaran iklan.

Dengan demikian, kesulitan menulis iklan yang dialami siswa merupakan hasil interaksi antara kemampuan individu dan proses pembelajaran yang berlangsung di kelas. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini menjadi penting sebagai dasar untuk merancang pembelajaran menulis iklan yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan siswa.

Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Wawonii Selatan mengalami kesulitan dalam menulis iklan, terutama pada aspek informasi iklan, penggunaan kalimat imperatif, penggunaan kalimat persuasif, serta penentuan sasaran iklan. Temuan tersebut memiliki keterkaitan yang kuat dengan

hasil penelitian terdahulu yang mengkaji kemampuan menulis iklan siswa di berbagai konteks sekolah.

Penelitian Ramdhani et al. (2023) mengenai kemampuan menulis teks iklan siswa kelas VIII SMPN 17 Mataram menunjukkan bahwa kemampuan siswa pada aspek struktur teks berada pada kategori cukup mampu, sedangkan kemampuan pada aspek kaidah kebahasaan berada pada kategori kurang mampu. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa siswa masih mengalami kesulitan pada aspek kebahasaan, khususnya dalam penggunaan kalimat persuasif dan imperatif, meskipun sebagian siswa telah memiliki ide dan kreativitas yang baik.

Selanjutnya, penelitian Nafis (2020) di MTsN 8 Jombang menunjukkan bahwa kemampuan menulis iklan siswa secara umum berada pada kategori mampu, namun masih ditemukan kelemahan pada aspek tertentu, seperti pernyataan persuasif dan pilihan kata yang berima dan puitis. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun konteks sekolah berbeda, aspek kebahasaan tetap menjadi tantangan utama dalam pembelajaran menulis iklan. Perbedaan hasil penelitian Nafis (2020) dengan penelitian ini terletak pada tingkat ketuntasan siswa, di mana siswa di SMP Negeri 1 Wawonii Selatan menunjukkan tingkat ketidakmampuan yang lebih tinggi, sehingga memperkuat dugaan adanya faktor kontekstual dan pembelajaran yang memengaruhi kemampuan menulis iklan siswa.

Penelitian-penelitian yang berfokus pada upaya peningkatan keterampilan menulis iklan juga memberikan perspektif pembandingan terhadap hasil penelitian ini. Penelitian tentang peningkatan keterampilan menulis iklan melalui teknik pemodelan dan penerapan media Canva menunjukkan bahwa kemampuan siswa dapat meningkat secara signifikan setelah diberikan pembelajaran yang inovatif dan kontekstual. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kesulitan menulis iklan bukan bersifat permanen, melainkan dapat diminimalkan melalui strategi pembelajaran yang tepat. Dengan demikian, rendahnya kemampuan siswa dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai kondisi awal sebelum adanya intervensi pembelajaran yang terarah.

Selain itu, penelitian tentang efektivitas model pembelajaran *Think Talk Write* (TTW) dalam keterampilan menulis iklan menunjukkan bahwa keterlibatan aktif siswa dalam berpikir, berdiskusi, dan menulis mampu meningkatkan kemampuan siswa dalam menyusun teks iklan secara lebih terstruktur dan persuasif.

Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa kesulitan siswa tidak terletak pada kreativitas, melainkan pada proses pengolahan ide menjadi teks iklan yang sesuai dengan kaidah kebahasaan.

Jika dibandingkan dengan penelitian pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan menulis iklan dan poster, ditemukan bahwa pemberian pelatihan secara intensif mampu meningkatkan kemampuan siswa hingga berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal, seperti pembimbingan, contoh, dan latihan terstruktur, memiliki peran penting dalam mengatasi kesulitan siswa dalam menulis iklan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan konsistensi dengan penelitian-penelitian terdahulu dalam hal aspek kesulitan menulis iklan, khususnya pada aspek kebahasaan dan penyampaian pesan persuasif. Perbedaan utama penelitian ini terletak pada fokus kajian yang secara spesifik memotret faktor kesulitan siswa tanpa memberikan perlakuan pembelajaran tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi dalam menyediakan gambaran awal yang komprehensif mengenai

penyebab kesulitan siswa dalam menulis iklan, yang dapat dijadikan dasar dalam perancangan pembelajaran menulis iklan yang lebih efektif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kemampuan menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Wawonii Selatan masih tergolong rendah. Sebagian besar siswa belum mampu menulis iklan secara optimal, khususnya pada aspek penyampaian informasi iklan, penggunaan kalimat imperatif, penggunaan kalimat persuasif, serta penentuan sasaran iklan. Tingginya persentase ketidaktuntasan pada aspek-aspek tersebut menunjukkan bahwa siswa belum memahami secara utuh fungsi komunikatif teks iklan sebagai media penyampaian pesan yang bersifat membujuk dan memengaruhi pembaca.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya paradoks dalam kemampuan siswa, yaitu seluruh siswa dinyatakan mampu pada aspek kreativitas, tetapi kreativitas tersebut belum dapat dituangkan ke dalam bentuk teks iklan yang sesuai dengan struktur dan kaidah kebahasaan. Temuan ini menegaskan bahwa kesulitan menulis iklan yang dialami siswa bukan disebabkan oleh kurangnya ide atau imajinasi, melainkan oleh lemahnya penguasaan unsur kebahasaan, pemahaman fungsi bahasa persuasif, serta kemampuan menyesuaikan pesan iklan dengan sasaran pembaca.

Dengan demikian, faktor kesulitan menulis iklan siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Wawonii Selatan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi keterbatasan kosakata, kesulitan menyusun kalimat persuasif dan imperatif, serta ketidakmampuan mengorganisasikan ide secara sistematis. Faktor eksternal meliputi kurangnya pembiasaan menulis iklan, keterbatasan contoh dan media pembelajaran, serta strategi pembelajaran yang belum sepenuhnya menekankan aspek kebahasaan dan konteks sasaran iklan. Penelitian ini berhasil menjawab pertanyaan “mengapa menulis iklan sulit” dengan memotret secara jelas letak dan penyebab kesulitan yang dialami siswa.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan kepada guru Bahasa Indonesia agar lebih menekankan pembelajaran menulis iklan secara terstruktur dan kontekstual, khususnya pada penguatan penggunaan kalimat persuasif dan imperatif, penyampaian informasi iklan yang jelas, serta penentuan sasaran iklan. Guru juga diharapkan dapat memanfaatkan berbagai model, metode, dan media pembelajaran yang inovatif, seperti teknik pemodelan dan media digital, untuk membantu siswa memahami karakteristik teks iklan secara lebih konkret.

Bagi siswa, disarankan untuk meningkatkan kebiasaan membaca dan menganalisis contoh-contoh iklan dari berbagai media agar dapat memperkaya kosakata dan memahami ragam bahasa persuasif. Selain itu, siswa perlu dibiasakan berlatih menulis iklan secara berkelanjutan dengan memperhatikan struktur dan kaidah kebahasaan agar kreativitas yang dimiliki dapat tersalurkan secara efektif dalam bentuk tulisan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan pendekatan eksperimen atau penelitian tindakan kelas guna menguji efektivitas model atau media pembelajaran tertentu dalam mengatasi kesulitan siswa menulis iklan. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas subjek dan konteks penelitian agar

diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pembelajaran menulis iklan di berbagai satuan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dalman. (2015). *Keterampilan menulis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kosasih, E. (2017). *Bahasa Indonesia SMP/MTs kelas VIII*. Bandung: Yrama Widya.
- Nafis, K., A. Y. (2020). Kemampuan menulis iklan siswa kelas VIII D MTsN 8 Jombang tahun pelajaran 2019/2020. *Teaching and Learning Journal of Mandalika*, 2(2), 140–149.
- Ramdhani, S., Astini, B. N., & Rahmayani, I. (2023). Kemampuan menulis teks iklan berdasarkan struktur dan kaidah kebahasaan siswa kelas VIII SMPN 17 Mataram. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(1), 45–53.
- Tarigan, H. G. (2013). *Menulis sebagai suatu keterampilan berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Yuliani, S., Hetilanira, H., & Masnunah, M. (2025). Efektivitas model pembelajaran *Think Talk Write* dalam keterampilan menulis teks iklan pada siswa kelas VIII SMP Negeri 4 Sungai Rotan. *Inovasi: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(2), 600–608. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v4i2.4630>
- Hapsari, I., & Sumardi, A. (2024). Analisis kemampuan memahami teks iklan peserta didik ADHD di SMP Negeri 161 Jakarta. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMANTIKS) 2024*. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks>
- Diana, A., Saputry, D., & Fahrudin, S. (n.d.). Pelatihan menulis iklan dan poster siswa. *Bagimu Negeri: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 12, 162–169.