



PELATIHAN MENULIS IKLAN DAN POSTER SISWA

Ani Diana¹, Dessy Saputry², Saleh Fahrudin³

¹²³(Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Pringsewu)

Email: (anidiana@umpri.ac.id¹)

Abstrak: Pelatihan Menulis Iklan dan Poster Siswa. Kemampuan menulis iklan dan poster sangat penting untuk dikuasai siswa, Namun, kenyataan di lapangan masih banyak siswa yang belum mampu untuk menulis iklan dan poster dengan baik, terutama dalam membuat gambar iklan dan poster. Untuk itu perlu diberikan pelatihan di luar jam pelajaran yang terstruktur agar kemampuan siswa dapat meningkat. Tujuan pemberian pelatihan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam menulis iklan dan poster. Pelatihan diberikan kepada siswa kelas VIII SMP Negeri 2, khususnya siswa Kelas VIII E dan F yang berjumlah 28 siswa. Untuk mengetahui kemampuan siswa tersebut dilakukan tes berupa pemberian tugas membuat iklan dan poster. Data yang berupa hasil penugasan yang dikerjakan oleh siswa kemudian dianalisis dengan menggunakan rumus, yaitu jumlah jawaban yang benar dibagi jawaban yang seharusnya lalu dikali seratus. Hasil analisis menunjukkan bahwa siswa yang mendapat katagori sangat baik ada 4 siswa (14%), katagori baik 16 siswa (57%), dan katagori cukup 8 siswa (29%). Adapun untuk rata-rata kemampuan siswa dalam menulis iklan dan poster 76, tergolong baik Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pemberian pelatihan kepada siswa dapat memberikan kontribusi yang positif karena dapat meningkatkan kemampuan siswa dalam menulis iklan dan poster.

Kata Kunci: Pelatihan, menulis, iklan dan poster

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang paling sempurna dalam mengungkapkan pikiran manusia. Keterampilan berbahasa terdiri atas empat aspek, yaitu menyimak (mendengarkan), berbicara, membaca dan menulis. Keempat keterampilan ini sangat diperlukan untuk dikuasai oleh setiap siswa karena dengan menguasai keempat keterampilan tersebut dapat membantu memudahkan siswa dalam memahami pelajaran yang diberikan di sekolah. Selain itu, siswa juga akan terampil dalam berkomunikasi, baik dengan sesama teman maupun dengan guru, bahkan dengan berbagai kalangan masyarakat luas. Hal ini tentunya akan sangat menambah wawasan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam berbagai bidang sehingga mereka bukan hanya mampu secara kognitif dan psikomotor, tetapi juga mampu bersikap baik dalam berkomunikasi. Untuk itu pembelajaran bahasa di sekolah selayaknya tidak hanya menekankan pada teori saja tetapi lebih menekankan pada penggunaan bahasanya. Salah satu keterampilan berbahasa yang memerlukan praktik dan pembiasaan secara sungguh-sungguh adalah keterampilan menulis. Keterampilan menulis merupakan kemampuan menggunakan akal, pikiran, ide, dan kreativitas dalam mengerjakan, mengubah ataupun membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai (Simatupang, 2020: 192). Keterampilan menulis juga berupa keterampilan yang memerlukan pelatihan yang intensif sehingga mampu melakukan sesuatu (Tarigan dalam Simatupang, 2020: 192).

Penggunaan bahasa dalam menulis merupakan perwujudan kegiatan berpikir yang akan berpengaruh pada kegiatan bertindak. Keterampilan menulis bukanlah kemampuan yang dapat diperoleh tanpa melalui proses belajar terlebih dahulu. Menulis merupakan kegiatan berpikir yang berhubungan dengan bernalar, menuangkan ide, pikiran, dan perasaan ke dalam bentuk tulisan (Nuraeni, 2022: 14). Selanjutnya menurut Dalman (2018: 6) mengungkapkan bahwa menulis memiliki manfaat untuk meningkatkan kecerdasan,



BAGIMU NEGERI : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

P-ISSN : 2548-8651 | E-ISSN : 2548-866X

Email : ejournal@umpri.ac.id

mengembangkan daya inisiatif dan kreatif, menumbuhkan keberanian, mendorong kemauan dan kemampuan mengumpulkan informasi. Melalui menulis siswa dapat berlatih untuk berani mengekspresikan diri melalui kata-kata, berkreasi dengan bahasa sebagai media belajar dalam menyampaikan sebuah ide atau gagasan, dan untuk mengembangkan atau meningkatkan daya kreativitas berpikirnya.

Pembelajaran bahasa Indonesia dalam kurikulum merdeka salah satunya adalah menulis iklan dan poster. Secara umum iklan dapat diartikan sebagai pemberitahuan yang bertujuan mendorong atau membujuk khalayak (Gusfitri dan Delfia, 2021: 28). Menurut Kosasih (dalam Aprilliana & Efendi, 2022: 50) iklan adalah teks yang mendorong dan membujuk khalayak agar tertarik pada pesan yang disampaikan. Selanjutnya Liliweri (dalam Aprilliana & Efendi, 2022: 50) menyatakan bahwa iklan sebagai suatu proses komunikasi untuk membantu menjual barang, memberi layanan serta menyampaikan gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi persuasif. Dengan iklan tersebut masyarakat dapat terbujuk untuk membeli barang atau jasa yang diberitahukan tersebut. Iklan merupakan salah satu bagian dari industri perdagangan. Dalam hal ini perusahaan-perusahaan ataupun perorangan menawarkan barang atau jasa yang dimilikinya melalui iklan.

Adapun poster adalah gambar pada selembar kertas sebagai salah satu alat untuk menyampaikan sebuah pesan yang ditempel atau digantung pada tembok atau permukaan lainnya (Isanto dalam Limah, Utomo, & Suryadi, 2018: 3). Poster merupakan media luar ruang yang ditulis di selembar kertas atau kain dengan huruf yang besar-besar dan mencolok supaya mudah dibaca (Eko dalam Saputri, 2017: 2). Poster disebut juga plakat, lukisan atau gambar yang dipasang sebagai media untuk menyampaikan informasi, saran, pesan, dan kesan, ide yang berfungsi untuk menarik perhatian, memperjelas sajian ide (Dewi dalam Rizawayani, Sari, & Safitri, 2017: 128). Poster adalah plakat yang dipajang di tempat umum (berupa pengumuman atau iklan). Poster hampir sama dengan iklan. Poster mengandalkan perpaduan gambar dan kata-kata. Poster lazimnya dipasang di tempat-tempat umum. Poster hampir sama dengan iklan dan slogan dalam hal bahasanya. Poster menggunakan kata-kata singkat, jelas, menarik, dan lengkap. Contoh poster yang ditempel di terminal, stasiun, dan tempat-tempat umum lainnya. Ukuran poster bervariasi. Ada yang kecil dan ada yang besar. Informasi yang disampaikan poster pun beragam, seperti poster pameran hasil pertanian dan festival musik sekolah. Ciri-Ciri poster: (1) Poster harus mempunyai desain grafis yang di dalamnya memiliki komponen yang terdiri atas huruf dan juga gambar ke media kertas ataupun kain yang mempunyai ukuran cukup besar, (2) Poster dipublikasikan dengan menggunakan beberapa strategi, seperti ditempel di tembok, tiang listrik, dan tempat umum yang tentunya memiliki permukaan yang datar dan cukup tinggi sehingga bisa dilihat dan dibaca dengan mudah, (3) Poster dihasilkan menggunakan warna yang cerah dan nyaman dilihat, kontras dan kuat agar dapat menarik perhatian khalayak yang melihatnya, (4) Poster seharusnya memakai bahasa yang cukup singkat dan jelas, (5) Poster biasanya mengutarakan pesan dan makna dengan menggunakan susunan kata serta gambar untuk memperjelasnya, (6) Poster seyogiayanya mampu dibaca dan dipahami maknanya meski khalayak yang membaca sambil dalam perjalanan ataupun berkendara

Tempat pemasangan iklan pun sangat variatif. Kalian dapat menemukan iklan-iklan itu terpasang di media cetak, seperti koran dan majalah; media elektronik seperti televisi dan radio; dan media internet seperti web berita. Ada juga iklan yang dipasang di ruang publik, seperti pasar dan stasiun. Seiring perkembangan teknologi informasi, kini kalian juga dapat menemukan iklan di aplikasi ponsel yang diunduh. Iklan berfungsi sebagai salah satu cara yang paling ampuh untuk mempopulerkan produk. Melalui iklan konsumen dapat



BAGIMU NEGERI : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

P-ISSN : 2548-8651 | E-ISSN : 2548-866X

Email : ejournal@umpri.ac.id

mengetahui dan mengenali produk tertentu secara cepat. Selain itu, iklan juga terbukti mampu memengaruhi khalayak seperti situs belanja *online* Shopee. Melalui iklan, sikap, pilihan, perilaku, dan gaya hidup masyarakat berubah bahkan dapat diarahkan sesuai dengan keinginan produsen. Dengan kata lain, iklan mampu mengemban sejumlah fungsi yang sangat penting (Sintia, 2017: 138).

Dilihat dari bahasanya fungsi iklan terbagi atas tiga macam, yaitu: (1) Ajakan atau persuasif, yaitu mencoba atau membujuk para konsumen agar membeli merek tertentu. Daya persuasif iklan dapat dilakukan dengan melengkapi teks-teks tersebut dengan gambar-gambar dan variasi tipografi yang memungkinkan iklan mendapatkan perhatian dari masyarakat, (2) Perbandingan, digunakan untuk membandingkan antara jenis produk satu dengan produk lainnya, (3) Pengingat, yaitu ditunjukkan kepada calon pembeli supaya tidak melupakan produk, agar pembeli tahu bahwa produk yang dibutuhkan tersedia dalam waktu dekat (Nur dalam Yusnadi, dkk., 2022: 2). Adapun tujuan iklan menurut Shimp (dalam Alamsari & Danasaputra, 2018: 78) tujuan iklan, yaitu: (1) *Informing*, iklan membuat konsumen sadar akan merek-merek baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaatnya serta memfasilitasi citra merek yang positif; (2) *Persuading*, iklan secara efektif membujuk konsumen untuk mencoba produk dan jasa yang diiklankan; (3) *Reminding*, iklan yang menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan konsumen; (4) *Adding Value*, iklan ini memberikan nilai tambah dengan cara penyempurnaan kualitas dan inovasi pada merek dengan mempengaruhi persepsi konsumen; (5) *Assisting*, iklan ini menjadi pendamping yang memfasilitasi upaya-upaya lain dari perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran.

Poster menurut Nababan (2020: 3) memiliki fungsi sebagai media penyampaian pesan atau informasi, baik bersifat sosial, kultural, politik, maupun komersial. Selanjutnya poster juga memiliki fungsi: memudahkan penyampaian informasi, pesan, atau gagasan, mempengaruhi dan membangkitkan motivasi penerima pesan, efektifitas komunikasi, efisiensi komunikasi, menghubungkan komunikasi di segala jangkauan, meningkatkan daya tarik, membantu memperjelas isi dan tujuan dari pesan atau informasi. Adapun jenis-jenis poster dilihat dari fungsinya, meliputi: (1) Poster propaganda merupakan salah satu bentuk poster yang memiliki tujuan untuk memompa semangat kepada khalayak luas atas sebuah perjuangan atau usaha dari individu atau tim, dalam rangka melakukan sesuatu yang sangat bermanfaat bagi kehidupan bersama, (2) Poster kampanye adalah salah satu bentuk poster yang bertujuan untuk mempromosikan partai/kader yang diusung kepada khalayak menjelang masa pemilu, (3) Poster wanted atau dicari yang memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan serta bantuan kepada khalayak demi melakukan pencarian untuk menemukan seseorang, (4) Poster film atau konser adalah salah satu bentuk poster yang bertujuan untuk kepentingan komersial demi mempromosikan suatu film ataupun konser yang akan atau sedang berlangsung, (5) Poster komik atau novel adalah salah satu bentuk poster yang dihasilkan untuk memperkenalkan sekaligus mempopulerkan karya seseorang minat para pembaca tertarik untuk membacanya, tentunya dengan cara membelinya, (6) Poster afirmasi merupakan salah satu bentuk poster yang bertujuan demi memberikan motivasi kepada khalayak luas, (7) Poster riset merupakan salah satu bentuk poster yang bertujuan memperkenalkan suatu penelitian atau kegiatan yang sifatnya akademis, tujuannya agar pembaca ikut andil dalam penelitian maupun kegiatan tersebut.

Iklan terbagi menjadi dua jenis, yaitu 1) Iklan komersial, dan 2) Iklan nonkomersial. Iklan komersial adalah iklan yang bertujuan untuk mempromosikan sebuah produk atau jasa. Adapun iklan nonkomersial bertujuan untuk memberitahukan sesuatu atau mengajak masyarakat melakukan sebuah tindakan. Iklan Komersial dalam kehidupan sehari-hari



BAGIMU NEGERI : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

P-ISSN : 2548-8651 | E-ISSN : 2548-866X

Email : ejournal@umpri.ac.id

ditampilkan di banyak tempat, seperti majalah, televisi, radio, web, kendaraan, dan gedung-gedung perkantoran. Iklan komersial biasanya memuat beberapa informasi. Iklan nonkomersial adalah iklan yang tidak berhubungan dengan niaga atau perdagangan, Yang termasuk dalam iklan nonkomersial, yaitu iklan layanan masyarakat dan iklan pemberitahuan. Iklan layanan masyarakat menurut Liliweri (dalam Gusfitri & Delfia, 2021: 55) merupakan iklan yang bersifat nonprofit atau tidak mencari keuntungan. Selanjutnya iklan pemberitahuan adalah iklan yang lebih terfokus pada kepentingan untuk memberitahu khalayak mengenai suatu hal, baik itu berupa peristiwa, keadaan, atau hal lainnya. Iklan jenis ini umumnya dipasang oleh perorangan, keluarga, dan perusahaan (Kosasih, 2014: 270).

Bahasa iklan dan poster yang baik adalah bahasanya singkat, menarik, logis serta sesuai dengan kaidah yang berlaku. Bahasa yang singkat artinya kalimat yang tertulis biasanya hanya terbatas dengan satu nama yang dicetak menggunakan ukuran huruf yang besar-besar dan mencolok. Bahasa yang menarik artinya kalimat yang tertulis mudah diingat, yaitu kalimatnya ditulis dengan tampilan yang bervariasi dan tidak monoton, warna kalimatnya juga harus lebih kontras, dibandingkan warna dasar. Selain itu, dihiasi dengan aneka warna serta gambar-gambar yang bisa memudahkan pembaca untuk mengingat apa yang ingin disampingkan oleh sebuah poster. Bahasa yang logis artinya kalimat yang terdapat di dalam poster mudah untuk dipahami oleh pikiran masyarakat, karena menggunakan bahasa yang terbiasa digunakan masyarakat pada umumnya. Bahasa yang sesuai dengan kaidah yang berlaku, artinya kalimat yang terdapat di dalam poster menggunakan struktur kalimat dan kata-kata yang baku.

Adapun langkah membuat iklan, yaitu: (1) Kenali keunggulan produk yang akan diiklankan, (2) Tentukan konsumen produk kalian, (3) Tentukan unsur-unsur yang ada dalam iklan, (4) Tentukan pesan yang hendak kalian tampilkan pada iklan. Sebuah iklan memiliki empat unsur, yaitu tulisan, gambar, suara, dan gerak (iklan di televisi/youtube/FB/Instagram/Tik Tok). Jika kalian membuat iklan cetak, iklan kalian hanya terdiri atas tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya. Tentukan kalimat dan gambar yang akan digunakan dalam iklan kalian. Selanjutnya aspek yang dinilai dalam menulis iklan dan poster meliputi: (1) teks iklan/poster. Teks singkat, menarik, logis, mudah dimengerti, dan sesuai dengan konsumen yang dituju; (2) Gambar, menarik dan mendukung isi iklan/poster, (3) unsur-unsur kelengkapan iklan/poster (terdapat nama produk/pemberitahuan, keistimewaan produk, pembuat produk, konsumen yang dituju, dan pesan). Pembelajaran menulis iklan dan poster tentunya sangat penting untuk diajarkan kepada siswa agar kemampuannya dalam bernalar dan berkreasi semakin terasah sehingga nantinya dapat menjadi penulis yang kreatif dan hebat. Pembelajaran diarahkan agar peserta didik dapat menggunakan bahasa Indonesia dengan baik dan benar (Mumtaz, 2019: 14). Untuk mencapai hal tersebut tentunya perlu usaha yang sungguh-sungguh dari guru dan siswa itu sendiri sehingga kemampuan siswa dalam menulis dapat meningkat. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah melakukan kolaborasi pembelajaran dengan pihak lembaga terkait, yang dalam hal ini dengan perguruan tinggi setempat dengan cara melakukan pelatihan secara kontinyu, baik pada saat jam pembelajaran maupun di luar jam pembelajaran yang sudah terjadwal.

METODE

Pelaksanaan pengabdian dosen yang dilakukan di sekolah, yaitu kepada siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Pringsewu, terutama siswa kelas VIII E dan F yang berjumlah 28 siswa. Pelaksanaan pelatihan dengan menggunakan metode kontekstual, yaitu siswa diberikan

penugasan untuk mengamati langsung objek yang ada di sekitar sekolah atau tempat tinggal masing-masing, kemudian dibuat dalam bentuk iklan dan poster. Pembelajaran kontekstual merupakan konsep belajar yang mendukung pengajar menghubungkan materi yang diajarkan dengan keadaan dunia sehari-hari siswa dan membantu siswa untuk mengaitkan pengetahuan yang dimiliki dengan penerapannya dalam kehidupan (Shoimin dalam Letari, Dian, & Sudrajat, 2018: 817). Pertemuan dilakukan pada hari Selasa, 12 September 2023 dengan terlebih dahulu memberikan materi tentang pengertian iklan dan poster, tujuan dan fungsi, ciri-ciri, macam-macam, bahasa iklan/poster, langkah-langkah membuat iklan dan poster. Selanjutnya siswa diberikan bimbingan cara menulis iklan dan poster, dimulai dengan menentukan keunggulan atau kelebihan iklan/poster yang harus disampaikan, menentukan konsumen yang akan dituju, menentukan unsur-unsur iklan/poster, penentuan pesan yang akan disampaikan. Kemudian secara berkelompok siswa membuat iklan dan poster, lalu membacakan hasil kelompoknya secara bergiliran, dan kelompok yang lainnya diminta untuk memberikan komentar. Kemudian setiap kelompok diminta untuk merevisi masing-masing iklan dan poster yang telah dibuat berdasarkan masukan dari teman maupun nara sumber. Terakhir siswa diberi tugas secara individu untuk membuat iklan dan poster, dan hasilnya kemudian dikoreksi dan dianalisis dengan menggunakan rubrik penilaian sebagai berikut: ketepatan teks, gambar, dan kelengkapan unsur-unsurnya. Masing-masing indikator diberi skor 1-4 sehingga jumlah skor tertinggi 20 dan terendah 5. Skor ini lalu dikonversikan dengan skala 100 sehingga diperoleh nilai tertinggi 100 dan terendah 25. Adapun untuk mengklasifikasikan kemampuan siswa digunakan tolok ukur menurut Safari (2019: 49) sebagai berikut:

Tabel 1
Predikat Kemampuan Membuat Teks Prosedur

Skor	Deskripsi
86-100	Sangat Baik
71-85	Baik
56-70	Cukup
≤ 55	Kurang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data berupa teks prosedur yang berhasil dikumpulkan dari 28 siswa kelas VIII E dan F SMP Negeri 2 Pringsewu dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2
Skor Kemampuan Menulis Iklan dan Poster

NO.	NAMA	SKOR PER INDIKATOR						NILAI	KATAGORI
		1	2	3	4	5	6		
1	Rassafa Abdillah A.	2	2	2	4	4	3	71	BAIK
2	Rama Maulana Sanjaya	3	2	2	4	3	3	71	BAIK
3	Rafa Nur Sidik	4	4	4	2	3	2	79	BAIK
4	Reza Dwi Saputra	2	2	3	3	3	3	67	CUKUP
5	Dimas Angga Permana	3	3	3	4	3	3	79	BAIK
6	Refan Radiansyah P.	3	2	3	3	2	3	67	CUKUP
7	Ridhan Aldi Winata	4	3	3	4	3	3	83	BAIK
8	Muhammad Alafarizi	2	2	2	3	3	3	63	CUKUP

9	Ilham Fadhilla	3	3	4	3	3	3	79	BAIK
10	Robi Setiawan	4	4	4	2	3	2	79	BAIK
11	Febi Maulia Hidayati	3	3	3	3	3	3	75	BAIK
12	M. Bagas Ihya U.	3	2	3	3	2	3	67	CUKUP
13	Rosidatussa'diyah	2	3	2	3	2	3	63	CUKUP
14	Syifaatun Nufus	4	4	3	4	4	3	92	SANGAT BAIK
15	Rahma Shafitri	4	3	4	4	3	4	92	SANGAT BAIK
16	Siti Nurlaila	3	3	3	3	2	3	71	BAIK
17	Nayla Dara Kinanti	4	3	3	3	3	3	79	BAIK
18	Virgin Aura Putri	3	4	4	3	4	4	92	SANGAT BAIK
19	Sofiatun Bariroh	3	3	3	4	3	4	83	BAIK
20	Shiffa Aldiana Saputri	4	4	3	3	2	3	79	BAIK
21	Maharani Sekar Ayu	3	3	3	3	2	2	67	CUKUP
22	Wulan Mulya Riska M.	3	2	3	4	3	3	75	BAIK
23	Nadira Aulia Syifa	4	3	3	3	3	3	79	BAIK
24	Salsabila Yumna	4	4	4	4	3	4	96	SANGAT BAIK
25	Radit Vanesa Putra	3	2	3	3	2	3	67	CUKUP
26	Naufal Azka Mahardika	3	3	3	3	3	3	75	BAIK
27	Satria Ardianto	3	2	3	3	2	2	63	CUKUP
28	M. Victor Alpiansyah	4	3	4	3	1	2	71	BAIK
	Jumlah	90	79	87	91	77	83	2.124	
	Rata-rata	80	71	78	81	69	74	76	

Keterangan Indikator:

(1) Teks iklan, (2) Gambar Iklan, (3) Unsur-unsur iklan, (4) Teks poster, (5) Gambar poster, (6) Unsur-unsur poster.

Kemampuan siswa kelas VIII E dan F SMP Negeri 2 Pringsewu berdasarkan urutan indikator dari yang tertinggi sampai dengan yang terendah, yaitu: pertama kemampuan membuat teks iklan poster 81 katagori baik, kedua kemampuan membuat teks iklan rata-rata 80 katagori baik, ketiga kemampuan unsur-unsur iklan rata-rata 78 katagori baik, keempat kemampuan kelengkapan unsur-unsur poster rata-rata 74 katagori baik, dan kelima kemampuan membuat gambar iklan rata-rata 71 katagori baik, dan keenam kemampuan membuat gambar poster katagori cukup. Bila dilihat berdasarkan katagori kemampuan siswa dari yang tertinggi sampai dengan yang terendah, yaitu katagori sangat baik ada 4 siswa (14%), katagori baik 16 siswa (57), dan katagori cukup 8 siswa (29%). Adapun untuk rata-rata kemampuan siswa dalam menulis pantun 76 tergolong baik. Nilai ini masih lebih tinggi dibandingkan sebelum dilakukan pelatihan karena kemampuan siswa masih rata-rata cukup (66). Hal ini berarti perlu adanya upaya untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam menulis teks prosedur. Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa persentase jumlah siswa yang mencapai kemampuan sangat baik ada 14%, baik 57%, dan cukup 29%. Hal ini berarti siswa yang belum mencapai kemampuan katagori sangat baik atau baik 86%. Untuk itu perlu dilakukan upaya lebih lanjut dan kontinyu, baik melalui kegiatan intrakurikuler maupun ekstrakurikuler yang dalam hal ini dapat melibatkan dosen dari berbagai perguruan tinggi yang ada di wilayah Kabupaten Pringsewu, khususnya Perguruan Tinggi Muhammadiyah untuk memberikan pelatihan. Kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh seorang dosen merupakan darma pengabdian yang wajib dilakukan pada setiap semesternya, selain mengajar dan meneliti.



BAGIMU NEGERI : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

P-ISSN : 2548-8651 | E-ISSN : 2548-866X

Email : ejournal@umpri.ac.id

Berdasarkan analisis data berupa 28 iklan dan poster yang telah ditulis oleh siswa kelas VIII SMP Negeri 2 Pringsewu dapat diketahui bahwa dari 28 siswa hanya ada 1 siswa yang memiliki skor 1, yaitu pada indikator membuat gambar poster. Untuk skor 2 ada 15 siswa, yaitu terdapat pada keenam indikator, dan untuk skor 3 dimiliki oleh semua siswa (28 siswa), sedangkan skor 4 terdapat pada 18 siswa dan pada semua indikator. Melihat sebaran skor yang diperoleh siswa terlihat bahwa perolehan skor belum maksimal, terutama untuk indikator membuat gambar poster dan iklan sehingga perlu penekanan yang lebih maksimal dalam pembelajarannya. Untuk itu diharapkan guru dapat menggunakan berbagai pendekatan, strategi, dan metode yang tepat dalam pembelajaran menulis iklan dan poster, serta menggunakan media yang bervariasi sehingga pembelajaran lebih menarik dan menyenangkan. Peran guru dalam hal ini sangat penting untuk mendampingi, mengarahkan, dan membimbing siswa agar memiliki kemampuan menulis yang maksimal.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pelatihan ini adalah kemampuan siswa dalam menulis iklan dan poster lebih meningkat dengan indikator yang meliputi menulis teks iklan dan poster, gambar iklan dan poster, dan unsur-unsur iklan dan poster. Untuk kemampuan yang meningkat secara signifikan terdapat pada indikator menulis teks iklan dan poster, lalu unsur-unsur iklan dan poster, serta terakhir membuat gambar iklan dan poster. Namun, demikian masih ada sebagian siswa yang masih kurang mampu dalam menggambar iklan dan poster, terutama dalam mewarnai gambarnya sehingga gambar iklan dan poster kurang menarik untuk dilihat. Selanjutnya untuk penulisan teks iklan masih ada beberapa siswa yang belum mampu menggunakan kata-kata secara padat, jelas, dan menarik. Selanjutnya untuk unsur-unsur iklan dan poster juga masih ada siswa yang belum lengkap dalam menulis iklan dan poster sehingga masih perlu ditingkatkan lagi agar kemampuan siswa dapat mencapai hasil yang maksimal. Hal ini tentunya perlu dilakukan pelatihan secara kontinyu dan sungguh-sungguh dari siswa itu sendiri dan juga motivasi dari guru agar siswa lebih kreatif dalam menulis. Melihat kemanfaatan dari pelaksanaan pelatihan ini, perlu adanya koordinasi yang baik antara sekolah dan perguruan tinggi untuk bekerja sama dalam meningkatkan kemampuan menulis siswa.

DAFTAR RUJUKAN

Alamsari, Fuji, & Danasaputra, Iim Rogayah. (2018). Analisis Galat Berbahasa Inggris Pada Penulisan Iklan Luar Ruang Di Kota Bandung. *Jurnal Sora*, 3(2), 75-89. https://doi.org/10.58359/jurnal_sora.v3i2.24.

Aprilliana, Gina, Efendi, Roy. (2022). Penggunaan Aplikasi Capcut untuk Meningkatkan Keterampilan Menulis Teks Iklan Pada Siswa Kelas VIII SMPN 4 Jampangtengah Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Pendidikan: Kebahasaan, Kesastraan, dan Pembelajaran*, 2(2), 48-53. <http://dx.doi.org/10.55215/triangulasi.v2i2.6732>.

Dalman. (2018). *Keterampilan Menulis*. Jakarta: Rajawali Press.

Gusfitri, Maya Lestari, dan Delfia, Elly. (2021). *Bahasa Indonesia Untuk SMP Kelas VIII*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan Pusat perbukuan.



BAGIMU NEGERI : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

P-ISSN : 2548-8651 | E-ISSN : 2548-866X

Email : ejournal@umpri.ac.id

Kosasih, E. (2017). *Bahasa Indonesia Untuk SMP/MTs Kelas VIII*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

Lestari, Dian, & Sudrajat. (2018). Pembelajaran Menulis Teks Prosedur dengan Menggunakan Metode CTL (Contextual Teaching and Learning) pada Siswa Kelas X MAN Cimahi. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(5), 815-820. <http://dx.doi.org/10.22460/p.v1i5p%25p.1333>.

Limah, Hutri, Utomo, Cahyo Budi, Suryadi, Andy. (2018). Poster Dan Upaya Mempertahankan Kemerdekaan Indonesia di Yogyakarta Tahun 1945- 1949. *Journal of Indonesian History*, 7(1), 35-44. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jih/article/view/25372>.

Mumtaz. (2019). *Bahasa Indonesia Untuk Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.

Nababan, Ryan Sheehan. (2020). Analisis Poster Pilkada Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru*, 3(1), 1-8. <http://journal.unika.ac.id/index.php/tuturrupe/article/view/2983>.

Nuraeni, Witri. (2022). Peningkatan Kemampuan Menulis Teks Prosedur Berbasis Kearifan Lokal Batik Cianjur dengan Menggunakan Media Powtoon. *ALINEA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 11(1), 14-24. <https://doi.org/10.35194/alinea.v11i1.1769>.

Rizawayani, Sari, Adelila, Sri, & Safitri, Rini. (2017). Pengembangan Media Poster pada Materi Struktur Atom di SMA Negeri 12 Banda Aceh. *Jurnal Pendidikan Sains Indonesia*, 5(1), 127-133. <http://jurnal.unsyiah.ac.id/jpsi>.

Safari. (2019). *Evaluasi Pendidikan: Penyusunan Kisi-kisi Penulisan, & Analisis Butir Soal*. Jakarta: Erlangga.

Saputri, Amelia, Widdodo, Mulyanto, & Sumarti. (2017). Diksi dalam Poster Berbasis Elektronik di Youtube Serta Implikasinya. *Jurnal Kata (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya)*, 5(1), 1-12. <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/BINDO1/article/download/12749/9115>.

Sintia, Rizki Dilla. (2017). Bahasa Iklan Layanan Masyarakat dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. *Jurnal Kata Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 5(2), 1-10. <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/BINDO1/article/view/12858>.

Yusnadi, dkk. (2022). Analisis Slogan Pada Iklan Rokok Di Televisi. *Journal of Literature Rokania*, 1(1), 1-6. <https://e-jurnal.rokania.ac.id/index.php/jlr/article/download/110/100>
Simatupang, Yusrawati, JR. (2020). Peningkatan Kemampuan Menulis Teks Prosedur dengan Model Pembelajaran Pair Check. *Jurnal Metamorfosa*, 8(2), 191-206. <https://doi.org/10.46244/metamorfosa.v8i2.1139>.