

**KEMAMPUAN MEMPARAFRASAKAN IKLAN OLEH SISWA**

**SMK MUHAMMADIYAH 04 MEDAN TAHUN**

**PEMBELAJARAN 2016/2017**

**SKRIPSI**

*Diajukan guna Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat guna*

*Mencapai Gelar Sarjana Pendidikan pada Program*

*Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*

**Oleh :**

**MAULIA**

**1302040089**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2017**

**ABSTRAK**

**Maulia. NMP: 1302040089. Kemampuan Memparafrasakan Iklan oleh Siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan Tahun Pembelajaran 2016-2017. Skripsi. Medan: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI yang terdiri dari 7 kelas dengan jumlah 256 siswa. Sampel dalam penelitian ini adalah kelas XI AK 1 SMK Muhammadiyah 04 Medan yang berjumlah 38 siswa dengan teknik *random sampling*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu metode yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis untuk mengetahui kemampuan yang dimiliki siswa dalam memparafrasakan iklan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah tes esai.

Hasil penelitian ini diperoleh berdasarkan kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017 dengan nilai rata-rata (mean) adalah 72,90 dan termasuk dalam kategori baik. Siswa memperoleh nilai 80-100 (baik sekali) sebanyak 15 orang atau 40%, siswa yang memperoleh nilai 60-79 (baik) sebanyak 7 orang atau 18%, siswa yang memperoleh nilai 40-59 (cukup baik) sebanyak 16 orang atau 42%.

#### KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum, Wr.Wb.*

Alhamdulillah segala puji hanya milik Allah SWT yang telah memberikan semangat, kesempatan dan kesehatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Kemampuan Memparafrasakan Iklan oleh Siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan Tahun Pembelajaran 2016-2017”**. Dan tak lupa pula shalawat beriringan salam penulis hadiahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kita menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kesulitan yang dihadapi namun berkat usaha dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat penulis selesaikan walaupun masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran untuk perbaikannya. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ayahanda tercinta **Teuku Umar** dan Ibunda **Rohana** yang telah mendidik dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang dan harapan doa yang senantiasa mengiringi langkah kaki ini, dan penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kakak kembar **Maulina**, kakak **Misni**, **Masnun**, dan **Mahda** serta sahabat penulis **Nurul Fadilla** yang telah memberikan penulis semangat dan dukungannya, dan tak lupa pula kepada teman seperjuangan serta sahabat seluruh anak B Pagi angkatan 2013 Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP yang telah memberikan dukungan kepada saya, serta kepada seluruh keluarga yang telah memberi dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, setulus cinta dan sayang untuk kalian.

ii

Tidak sedikit penulis menerima bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak yang turut membantu penyelesaian skripsi ini, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih dengan setulusnya kepada:

1. **Dr. Agussani, M.AP.** Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. **Dr. Elfrianto Nasution, S.Pd., M.Pd.** Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Ibu **Drs. Hj. Syamsuyurnita, M.Pd.** Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara serta Dosen Pembimbing yang telah membantu mengarahkan penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. **Dr. Muhammad Isman, M.Hum.** Ketua Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu **Winarti, S.Pd., M.Pd.** Sekretaris Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara serta Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan masukan kepada penulis selama jenjang perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. **Dra. Nurhikmah, M.Si.** Kepala Sekolah SMK Muhammadiyah 04 Medan yang telah memberi izin penulis melakukan riset.
8. **Abdullah Hasibuan., S.Pd., M.Pd.** Guru Mapel Bahasa Indonesia SMK Muhammadiyah 04 Medan yang telah banyak membantu penulis saat melakukan riset.
9. Kepada Ibu Tata Usaha beserta staf yang telah membantu penulis saat melakukan riset.
10. Kepada siswa-siswi terutama kelas XI AK 1 SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017.

Semoga Allah SWT senantiasa mencurahkan rahmat-Nya kepada kita semua dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan terutama bagi penulis sendiri.

***Wassalamualaikum Wr.Wb.***

Penulis

Maulia

iv **DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1.</b>
A. Latar Belakang .....	1.
B. Identifikasi Masalah .....	3.
C. Batasan Masalah .....	3.
D. Rumusan Masalah .....	4.
E. Tujuan Penelitian .....	4.
F. Manfaat Penelitian .....	4.

**BAB II. LANDASAN TEORETIS ..... 6.**

A. Kerangka Teoretis .....	6.
1. Pengertian Kemampuan .....	6.
2. Parafrasa .....	7.
2.1. Pengertian Parafrasa .....	7.
2.2. Jenis-Jenis Parafrasa .....	9.
2.3. Teknik Membuat Parafrasa .....	13.
3. Iklan .....	16.
3.1. Pengertian Iklan .....	16.
3.2. Jenis-Jenis Iklan .....	18.
B. Kerangka Konseptual .....	24.
C. Pernyataan Penelitian .....	25.

**BAB III. METODOLOGI PENELITIAN ..... 26.**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	26.
1. Lokasi Penelitian .....	26.
2. Waktu Penelitian .....	26.
B. Populasi dan Sampel .....	28.
1. Populasi Penelitian .....	28.
2. Sampel Penelitian .....	29.
C. Metode Penelitian .....	30.
D. Variabel Penelitian .....	31.
E. Defenisi Operasional Variabel .....	31.
F. Instrument Penelitian .....	32.

G. Teknik Analisis Data ..... 34.

**BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 36.**

A. Deskripsi Hasil Penelitian ..... 36.

B. Pengolahan Data ..... 39.

C. Jawaban Pernyataan penelitian ..... 48.

D. Diskusi Hasil Penelitian ..... 48.

E. Keterbatasan Penelitian ..... 48.

vi

**BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN ..... 50.**

A. Kesimpulan ..... 50.

B. Saran ..... 50.

Daftar Pustaka ..... 52 .

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1. Rincian Kegiatan Penelitian .....	27
--	----

Tabel 3.2. Perincian Keadaan Siswa Kelas XI .....	28
Tabel 3.3. Aspek-Aspek Penilaian .....	32
Tabel 3.4. Kategori Kompetensi Siswa .....	35
Tabel 4.1. Skor Mentah Kemampuan Memparafrasakan Iklan .....	37
Tabel 4.2. Nilai Akhir Kemampuan Memparafrasakan .....	39
Tabel 4.3. Tabel Frekuensi untuk Mencari Mean .....	42
Tabel 4.4. Persentase Nilai Kemampuan Memparafrasakan .....	44
Tabel 4.5. Kategori Nilai Rata-Rata Kemampuan .....	45
Tabel 4.6. Kategori Kemampuan Memparafrasakan .....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Instrumen Kemampuan Memparafrasakan Iklan
Lampiran 2	Kunci Jawaban Instrumen
Lampiran 3	Form K-1
Lampiran 4	Form K-2
Lampiran 5	Form K-3
Lampiran 6	Lembar Jawaban Siswa
Lampiran 7	Daftar Hadir Siswa
Lampiran 8	Gambar Riset
Lampiran 9	Surat Keterangan Seminar
Lampiran 10	Lembar Pengesahan Proposal
Lampiran 11	Surat Permohonan Perubahan Judul Skripsi
Lampiran 12	Surat Pernyataan (Tanda Bukan Plagiat)

- Lampiran 13 Surat Permohonan Riset
- Lampiran 14 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 15 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Disadari atau tidak setiap individu tentu pernah melakukan aktivitas belajar, karena aktivitas belajar tidak dapat dipisahkan dari kehidupan seseorang sepanjang hidupnya. Menurut Parwira dalam Khairani (2013:1) mengatakan bahwa “belajar sebagai suatu aktivitas yang ditunjukkan oleh perubahan tingkah laku sebagai hasil dari pengalaman.” Jadi, belajar merupakan sebuah proses perubahan pada diri manusia yang dapat dilihat dari tingkah lakunya yang merupakan hasil dari pengalaman. Khairani (2013:2) juga mengungkapkan bahwa “belajar bukan hanya menghafal dan bukan pula mengingat, tetapi belajar merupakan sebuah proses yang dilihat melalui perubahan pada diri seseorang. Perubahan sebagai hasil proses belajar ditunjukkan dalam berbagai bentuk seperti perubahan pengetahuannya, sikap dan keterampilannya, kecakapannya, kemampuannya, dan reaksi serta daya penerimaannya.”

Keterampilan berbahasa harus tetap dibina dan dikembangkan, karena keterampilan berbahasa dalam kehidupan manusia mempunyai peran penting sebagai alat untuk menyatakan ekspresi diri, sebagai alat komunikasi, sebagai alat untuk mengadakan integrasi dan adaptasi sosial serta sebagai alat kontrol sosial. Untuk dapat menciptakan efek berkomunikasi yang baik tersebut. Keberhasilan suatu pembelajaran dapat diukur dari kemampuan peserta didik dalam memahami materi pembelajaran, kriteria keberhasilan pembelajaran diukur dari sejauh mana peserta didik dapat menguasai materi pembelajaran yang disampaikan oleh guru.

Menurut Soehardi (2003:24) “Kemampuan (*abilities*) seseorang akan turut serta menentukan perilaku dan hasil. Yang dimaksud kemampuan atau *abilities* ialah bakat yang

melekat pada seseorang untuk melakukan suatu kegiatan secara fisik atau mental yang ia peroleh sejak lahir, belajar, dan dari pengalaman.”

Kemampuan memparafrasa adalah kemampuan pengungkapan kembali suatu tuturan bahasa. Pada dasarnya, parafrasa bertujuan agar terdengar lebih menarik dan tidak membosankan. Selain itu, parafrasa juga digunakan untuk menguraikan suatu teks dalam bentuk atau susunan kata yang lain agar makna yang tersembunyi dalam teks tersebut dapat dijelaskan. Proses memparafrasakan merupakan proses yang sangat bagus untuk melatih kemampuan siswa dalam menganalisis makna yang terkandung.

Latar belakang peneliti memilih judul ini didapat dari pengalaman sewaktu PPL. Dalam proses pembelajaran hasil belajar siswa masih tidak memenuhi ketuntasan khususnya pembelajaran bahasa Indonesia materi pokok parafrasa. Ketika diberikan soal siswa tidak mampu menjawab dan memparafrasakan soal tersebut. Hal ini dikarenakan siswa belum mampu berpikir kritis dengan baik serta masih rendahnya perhatian dan minat siswa terhadap pembelajaran sehingga kurangnya pemahaman mereka untuk menyelesaikan soal-soal yang diberikan oleh guru kepada para siswa.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengemukakan penelitian yang berjudul “Kemampuan Memparafrasakan Iklan oleh Siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan Tahun Pembelajaran 2016-2017.”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Dalam proses belajar mengajar di kelas siswa masih terlihat pasif dan tidak percaya diri mengerjakan soal parafrasa.
2. Kemampuan siswa dalam memparafrasakan iklan yang rendah.

### **C. Batasan Masalah**

Mengingat masalah yang akan dibahas terlalu luas peneliti perlu membatasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Batasan masalah berfungsi sebagai alat untuk memfokuskan penelitian agar penelitian lebih mendalam dan detail. Penentuan dan perincian konsep sangat penting untuk memperjelas persoalan yang akan dibahas. Dari identifikasi masalah di atas, maka peneliti memberikan batasan masalah yaitu:

1. Kemampuan yang diteliti adalah kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017.
2. Iklan yang diparafrasakan oleh siswa adalah iklan komersial dalam bentuk media cetak.

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah merupakan kelanjutan uraian pendahuluan. Dalam rumusan masalah peneliti membuat rumusan spesifikasi terhadap hakikat masalah yang diteliti. Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah dikemukakan di atas, masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017?

## **E. Tujuan Penelitian**

Dalam setiap penelitian yang akan dilakukan sudah tentu mempunyai suatu tujuan yang akan mengarahkan pada pelaksanaan yang sistematis. Untuk itu sebelum melakukan kegiatan penelitian haruslah dipikirkan terlebih dahulu tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017.

## **F. Manfaat Penelitian**

Secara praktis penelitian ini bermanfaat sebagai bahan masukan dan pengetahuan bagi guru bidang studi bahasa dan sastra Indonesia, khususnya saat pembelajaran di kelas berlangsung serta sebagai bahan masukan dan pengetahuan dalam memperkaya wawasan dalam bidang pendidikan. Adapun manfaat lain dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan bagi penulis sendiri, baik secara teoretis, maupun secara praktis.
2. Sebagai bahan masukan bagi guru bidang studi dalam meningkatkan maupun mempertahankan mutu pengajaran.
3. Sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang ingin melanjutkan penelitiannya dalam bidang bahasa Indonesia.
4. Sebagai bahan ilmu pengetahuan bagi pembaca maupun bagi peneliti lainnya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORETIS**

#### **A. Kerangka Teoretis**

Dalam penelitian kerangka teoretis adalah sarana pokok untuk menyatakan hubungan sistematis dalam gejala sosial yang ingin diteliti. Teori merupakan abstraksi dari pengertian atau hubungan dari proporsi atau dalil. Menurut Kerlinger (dalam Nazir, 2011: 19), “Teori adalah sebuah set konsep atau *construct* yang berhubungan satu dengan lainnya, suatu set dari proporsi yang mengandung suatu pandangan sistematis dari fenomena.”

##### **1. Pengertian Kemampuan**

Istilah “kemampuan” berasal dari kata “mampu” yang mendapat imbuhan ke-an. Kata tersebut dapat dipahami sebagai kecakapan dalam melakukan sesuatu dan dianggap mencapai tujuan sesuai kondisi yang diharapkan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007:707) kata mampu memiliki arti kuasa, bisa, sanggup melakukan sesuatu sedangkan kemampuan berarti kesanggupan, kecakapan, dan kekuatan.

Tarigan (1986:1) mengemukakan, “kompetensi atau kemampuan adalah pengetahuan yang asli dimulai secara tidak sadar, secara diam-diam, sebagai kesanggupan, kecakapan, dan kekuatan.” Sedangkan menurut Robbins (2003:52) “kemampuan adalah suatu kapasitas individu

untuk melakukan tugas dalam pekerjaan tertentu. Seluruh kemampuan individu pada hakekatnya tersusun dari dua perangkat faktor yaitu kemampuan intelektual dan kemampuan fisik.”

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan adalah kesanggupan atau kecakapan yang dimiliki oleh seseorang secara tidak sadar dan diam-diam yang terpendam di dalam diri seseorang.

## **2. Parafrasa**

### **2.1. Pengertian Parafrasa**

Istilah Parafrase atau parafrasa berasal dari bahasa Inggris “*paraphrase*”, bahasa Latin “*paraphrasis*”, dan bahasa Yunani “*paraphrasein*” yang artinya cara ekspresi tambahan. Dalam KBBI (2007:828) parafrasa berarti pengungkapan kembali suatu tuturan dari sebuah tingkatan atau macam bahasa menjadi yang lain tanpa mengubah pengertian. Selain itu parafrasa juga berarti penguraian kembali suatu teks (karangan) dalam bentuk (susunan kata) yang lain dengan maksud untuk dapat menjelaskan makna yang tersembunyi.

Suroto (1989:195) mengemukakan bahwa “Parafrasa ialah menceritakan kembali suatu prosa atau puisi dengan kata-kata sendiri. Parafrasa itu selalu diikuti dengan penafsiran, sehingga seseorang bisa tepat mengatakan maksud sajak itu dengan bahasa sendiri dalam bentuk bahasa yang lebih sederhana, bebas, dan prosais. Memparafrasakan puisi adalah kegiatan mengubah suatu puisi menjadi frasa-frasa. Caranya yakni dengan menambah kata atau imbuhan yang cocok dan diperlukan agar puisi tersebut terbentuk menjadi frasa-frasa atau kalimat-kalimat. Dengan cara demikian diharapkan pemahaman terhadap suatu teks puisi akan lebih mudah.

Menurut Yustinah dan Ahmad (2008:80) “parafrasa merupakan proses atau hasil mengungkapkan kembali suatu tuturan sebuah tingkatan atau macam bahasa menjadi yang lain tanpa mengubah pengertiannya. Pengertian lainnya adalah penguraian kembali suatu teks (karangan) dalam bentuk (susunan kata-kata) yang lain dengan maksud untuk menjelaskan makna yang tersembunyi.” Parafraza lisan berarti mengungkapkan kembali secara lisan tuturan dengan kalimat sendiri tanpa mengubah makna tuturan tersebut. Singkatnya parafraza adalah variasi tuturan meliputi lisan dan tulisan.

Membuat parafraza juga termasuk menceritakan kembali sesuatu yang telah didengar ke bentuk tulisan atau ke bentuk lisan kembali. Sesuai dengan pengertiannya, parafraza menggunakan tuturan yang berbeda namun tetap menyampaikan makna yang sama. Berdasarkan hal itu Mawadah dan Anwar (2012: 42) menyimpulkan ciri-ciri dari parafraza yaitu:

- a. Bentuk tuturannya berbeda.
- b. Cara penyampaiannya berbeda.
- c. Bahasa yang disampaikan berbeda.
- d. Makna tuturan tetap sama.
- e. Subtansi tidak berubah.

## **2.2. Jenis-Jenis Parafraza**

Pembuatan parafraza bertujuan untuk menghindari pengulangan kata sehingga tidak membosankan. Selain itu, parafraza juga bertujuan untuk membuat kalimat menjadi lebih bervariasi. Dengan demikian, parafraza dapat dimanfaatkan untuk memperkaya penguasaan kosakata bahasa Indonesia.

Yustinah dan Ahmad (2008:80) mengemukakan bahwa berdasarkan cara penyajiannya, parafrasa dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

#### **a. Parafrasa Tertulis**

Parafrasa tertulis adalah pengungkapan kembali suatu tuturan bahasa dari tingkatan atau macam bahasa ke bentuk lainnya secara tertulis. Kegiatan membuat parafrasa tertulis biasanya dilakukan untuk melatih keterampilan menulis atau menyampaikan kembali gagasan yang dibaca kedalam bentuk tulisan. Langkah-langkah membuat parafrasa tertulis yaitu:

1. Membaca teks secara keseluruhan.
2. Mencatat pokok pikiran yang penting.
3. Menentukan tuturan yang akan digunakan.
4. Menyusun pokok pikiran yang sudah dicatat tanpa mengubah arti.
5. Mengembangkan pokok pikiran sesuai metode tuturan yang dipilih.
6. Membentuk wacana sesuai keinginan.

#### **b. Parafrasa Lisan**

Parafrasa lisan adalah pengungkapan kembali suatu tuturan bahasa dari tingkatan atau macam bahasa ke bentuk lainnya secara lisan. Kegiatan membuat parafrasa lisan biasanya dilakukan untuk melatih keterampilan berbicara atau menyampaikan kembali informasi yang telah kita dengar secara lisan dengan kalimat kita sendiri. Langkah-langkah membuat parafrasa lisan yaitu:

1. Menyimak atau membaca wacana dengan seksama.
2. Mencatat kata kunci atau gagasan yang penting.
3. Menentukan tuturan yang akan digunakan

4. Menyusun gagasan yang sudah dicatat tanpa mengubah arti.
5. Mengembangkan gagasan dengan kalimat dan gaya yang baru.
6. Mengungkapkan kembali gagasan dengan bahasa sendiri.

Membuat parafrasa mencakup bentuk atau macam bahasa yang beragam seperti mengubah penggunaan kata kepada kata yang sepadan atau bersinonim, mengubah kalimat aktif menjadi bentuk pasif, kalimat langsung menjadi tidak langsung, mengubah bentuk uraian menjadi bentuk ungkapan atau peribahasa yang memiliki kesamaan arti dan sebagainya. Oleh karena itu, Finoza (2002:25) membagi beberapa jenis parafrasa berdasarkan bentuknya antara lain:

#### **a. Parafrasa Kalimat atau Ungkapan Kata**

Parafrasa kalimat atau ungkapan merupakan pemisahan atau pemenggalan sebuah kalimat menjadi beberapa kata menurut jabatannya seperti subjek, predikat, objek dan keterangan serta memanfaatkan variasi-variasi perubahan pola atau susunan kata, mengubah kalimat aktif menjadi pasif dan sebagainya.

#### **b. Parafrasa Suku Kata**

Parafrasa suku kata untuk memparafrasakan sinonim kata, ungkapan, atau frasa dengan memanfaatkan sinonim-sinonimnya.

#### **c. Parafrasa Puisi**

Mencerminkan kembali sebuah puisi dengan menambahkan kata-kata sendiri sehingga bentuknya menjadi sebuah prosa. Karena puisi biasanya menggunakan bahasa yang indah dan mengandung makna konotasi serta ungkapan dengan makna yang luas, maka pembaca harus benar-benar memahami intisari atau makna yang terkandung dalam puisi tersebut. Situmorang (1983:30) mengemukakan bahwa pada pengubahan puisi dikenal dua jenis parafrasa yaitu:

- a. Parafrasa terikat adalah pengubahan puisi menjadi prosa dengan cara menambahkan atau menyisipkan sejumlah kata pada puisi sehingga kalimat-kalimat puisi mudah dipahami. Pada parafrasa terikat seluruh kata dalam puisi masih tetap digunakan.
- b. Parafrasa bebas adalah pengungkapan kembali puisi menjadi prosa dengan cara mengubah kata-kata dalam puisi dengan kata-kata sendiri. Pada parafrasa bebas, kata-kata yang terdapat dalam puisi bisa saja tidak digunakan.

Berikut beberapa langkah dalam membuat parafrasa puisi:

1. Membaca/ menyimak puisi secara cermat dan seksama.
2. Memahami isi atau pesan yang terkandung dalam puisi.
3. Menafsirkan kata-kata kias, ungkapan, atau majas yang digunakan.
4. Menyusun kembali dengan bahasa sendiri.
5. Sampaikan dalam bentuk tulisan atau lisan.

#### **d. Parafrasa Wacana**

Parafrasa wacana mencakup beberapa proses antaranya mengubah wacana panjang menjadi bentuk rangkuman atau ringkasan, mengubah prosa menjadi puisi, mengubah bentuk dialog drama ke prosa atau sebaliknya. Langkah-langkah memparafrasakan wacana adalah:

1. Baca teks atau wacana secara keseluruhan.
2. Pahami topik wacana dan untuk teks narasi pahami pula alur ceritanya.
3. Carilah dan catat ide pokok dari setiap paragraf.
4. Perhatikan kalimat penjelas dan pilih kalimat penjelas yang penting.
5. Pilihlah kata atau kalimat yang efektif untuk menceritakan kembali.
6. Ubah kalimat langsung menjadi kalimat tidak langsung.
7. Ceritakan kembali dengan bahasa yang lebih mudah dipahami.

#### **e. Parafrasa Iklan**

Parafrasa iklan yaitu parafrasa yang mengungkapkan maksud yang tersembunyi atau maksud sebenarnya dari sebuah iklan. Menyajikan parafrasa iklan dapat dilakukan dengan cara menonjolkan salah satu unsur yang ada dalam informasi yang diterima.

Yang patut diperhatikan dan menjadi bahan pertimbangan dan penilaian dalam penyusunan parafrasa iklan yaitu :

1. Menentukan kata kunci yang sesuai dengan bahan parafrasa.
2. Menentukan ide pokok.
3. Menentukan sinonim dari kata kunci.
4. Menggunakan kalimat sendiri.

### **2.3. Teknik Membuat Parafrasa**

Kalimat yang digunakan dalam parafrasa haruslah murni dari pikiran penyusun parafrasa. Usahakan untuk tidak menggunakan kata/ungkapan yang sama pada informasi yang sudah

dibaca/didengar. Oleh karena itu, pengetahuan tentang sinonim sangat dibutuhkan untuk menyusun parafrasa yang benar. Perhatikan wacana di bawah ini!

**Aturan BI Dorong Kredit**

JAKARTA, KOMPAS—Relaksasi aturan Bank Indonesia, terutama yang terkait dengan kemudahan pembukaan kantor cabang, dinilai akan mendorong penyaluran kredit ke daerah. Kondisi ini pada akhirnya akan menstimulus pertumbuhan ekonomi di daerah. "Dengan kemudahan tersebut, bank akan berupaya membuka kantor-kantor cabang di daerah yang potensial. Misalnya, memiliki sumber daya alam yang besar atau diminati banyak investor. Kondisi ini akan mendorong sektor riil di daerah, mulai dari usaha mikro hingga korporasi," kata ekonom BNI, Ryan Kiryanto, akhir pekan lalu di Jakarta.

Seperti diberitakan, Bank Indonesia (BI) berencana menyesuaikan Peraturan Bank Indonesia Nomor 2/27/2000 tentang Bank Umum pada tujuh aspek. Salah satu aspeknya adalah BI akan mempermudah pembukaan, pemindahan, atau penutupan kantor cabang. Hal-hal tersebut tidak lagi membutuhkan izin dari BI seperti sebelumnya. Relaksasi pada hal-hal yang bersifat administratif tersebut diharapkan membuat bank lebih fokus dan ekspansif mengembangkan bisnis.

BI sendiri akan lebih fokus mengawasi bank hanya pada hal-hal yang prinsipil. Ryan mengatakan salah satu kendala perbankan saat ini adalah tidak meratanya penyaluran kredit. Penyaluran kredit di DKI Jakarta saja, misalnya, Rp450,66 triliun atau 49 persen dari total kredit yang sebesar Rp913,95 triliun per September 2007. Padahal, lanjut Ryan, banyak daerah yang sebenarnya berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki kekayaan sumber daya alam yang besar. Kendati demikian, perbankan tetap melakukan analisis maupun studi kelayakan sebelum menambah kantor cabang di daerah. Lagipula, tak setiap daerah memiliki prospek yang baik bagi bank. Menurut Ryan, kebijakan BI harus diikuti oleh kebijakan perbankan untuk meningkatkan wewenang kepala cabang di daerah. Kewenangan memimpin cabang untuk memutus penyaluran kredit sebaiknya dinaikkan, misalnya hingga Rp1 miliar. Jadi, untuk kredit sampai Rp1 miliar, kewenangannya tak lagi ditangan pemimpin kantor wilayah atau kantor pusat. Dengan demikian, maraknya kegiatan penyaluran kredit di daerah bisa diimbangi dengan kecepatan memutus kredit. (FAJ)

Sumber: <http://www.kompas.com>, 24 Desember 2007, dengan perubahan

Kata kunci : BI, relaksasi, kredit, mudah.

Ide pokok : Relaksasi aturan BI mengenai pembukaan kantor cabang mendorong kemudahan penyaluran kredit di daerah-daerah.

Sinonim kata kunci : Relaksasi => Pengenduran.

Paragraf : Pengenduran aturan BI mengenai proses pembukaan kantor cabang dapat membuat proses penyaluran kredit ke daerah-daerah menjadi mudah dan cepat.

Fungsi dari parafrasa adalah untuk memperjelas dan memudahkan pendengar dalam memahami makna. Untuk lebih memperkuat parafrasa yang dibuat, disarankan untuk memfokuskan penyusunan ide ke dalam satu konsep pola saja, yaitu:

- a. Pola urutan/kronologis adalah pola yang digunakan untuk memparafrasakan informasi yang berisi tentang peristiwa atau kejadian tertentu. Parafrasa yang dihasilkan berupa urutan/kronologis kejadian yang terdapat dalam informasi tersebut.
- b. Pola sebab akibat yaitu pola yang menonjolkan penyebab atau akibat yang ada dalam sebuah informasi. Hal-hal lain di luar pola tersebut dianggap hanya pelengkap saja.
- c. Pola contoh yaitu pola yang lebih menekankan pada penyebutan contoh-contoh yang terdapat dalam sebuah informasi.
- d. Pola proses yaitu pola yang menjelaskan proses yang terjadi atau terdapat dalam sebuah informasi yang dibaca atau didengar.

### **3. Iklan**

#### **3.1. Pengertian Iklan**

Iklan atau dalam bahasa formalnya disebut pariwara adalah sebuah promosi benda, jasa, tempat usaha, dan ide yang harus dibayar oleh sebuah sponsor. Menurut Duriyanto, dkk

(2003:15) kata iklan berasal dari bahasa Yunani, yang artinya adalah upaya menggiring orang pada gagasan. Dalam KBBI (2007:421) kata iklan diartikan sebagai “berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan.”

Adapun pengertian secara komprehensif atau luas adalah semua bentuk aktifitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang ataupun jasa secara nonpersonal melalui media yang dibayar oleh sponsor tertentu. Iklan merupakan sebuah proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, pendapat, pemikiran dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merek, tujuan periklanan ini bermuara pada upaya untuk dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sebuah produk yang ditawarkan.

Secara umum, iklan berwujud penyajian informasi nonpersonal tentang suatu produk, merek, perusahaan, atau toko yang dijalankan dengan kompensasi biaya tertentu. Maka dari itu, iklan berupa proses komunikasi yang memiliki tujuan membujuk atau menarik orang banyak untuk mengambil tindakan yang menguntungkan pihak yang membuat iklan.

Jefkins (1996:30) memaparkan ada beberapa ciri-ciri dan syarat iklan antara lain:

#### 1. Ciri-ciri Iklan

- a. Komunikatif.
- b. Informatif.
- c. Bahasanya mudah dimengerti dan diingat masyarakat.
- d. Menarik perhatian dan bersifat mengajak penonton/pembaca untuk membeli/menggunakan barang atau jasa yang telah diiklankan.

## 2. Syarat Iklan

- a. Kata dan bahasanya tertata dan tidak memiliki tafsir ganda.
- b. Bahasa yang dipakai menarik dan mudah diingat-ingat oleh masyarakat.
- c. Tidak boleh merendahkan atau menghina produk sejenis dari perusahaan lain.
- d. Tidak boleh berbohong, harus apa adanya.
- e. Iklan harus dibuat dengan memperhatikan tata bahasa, etika, sopan santun, serta memiliki target pasar.

### **3.2. Jenis-Jenis Iklan**

Menurut Liliweri (1992:63) iklan dibedakan menjadi beragam jenis yang dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Kategori tersebut yaitu :

#### 3.2.1. Jenis-Jenis Iklan Berdasarkan Mediana

##### A. Iklan Cetak

Iklan cetak adalah iklan yang dibuat dan dipasang menggunakan teknik cetak. Teknik ini dapat berupa letterpress, photolithography, sablon, inkjet, laser dan lain sebagainya. Wujudnya iklan cetak ini antara lain koran, majalah, baliho, poster, stiker, dan lain-lainnya. Berdasarkan luas space atau ukuran koran, majalah dan tabloid memiliki 3 wujud iklan, yaitu :

- a. Iklan baris biasanya tidak lebih dari 3-4 baris, sampai luas tidak melebihi dari sekolom.
- b. Iklan kolom memiliki luas satu kolom, tetapi lebih tinggi dibanding iklan baris.
- c. Iklan display memiliki ukuran lebih lebih luas jika dibandingkan iklan kolom.

## B. Iklan Elektronik

Iklan elektronik, adalah iklan yang menggunakan media berbasis elektronik. Secara spesifik, iklan elektronik dapat berupa :

### a. Iklan Radio

Iklan radio memiliki karakteristik yang hanya bisa didengar melalui audio (suara). Suara itu bisa berupa suara manusia yang teratur, musik, perpaduan suara-suara yang teratur menggunakan ritme dan harmonis, sound effect serta suara-suara yang tidak beraturan atau efek suara alam. Ada tiga jenis iklan radio, yaitu

- 1) *Ad lib* yaitu iklan yang disampaikan oleh penyiarnya secara langsung yang hanya berupa siaran suara. Biasanya durasi tidak lebih dari 60 detik.
- 2) *Spot* yang disampaikan dengan teknik rekaman sebelumnya, sehingga membutuhkan naskah terlebih dahulu. Durasi waktu antara 15-60 detik.
- 3) Sponsor program yaitu pemberian waktu khusus kepada sponsor untuk menyampaikan pesan dengan cara membiayai suatu program acara radio.

### b. Iklan Televisi

Iklan televisi memiliki karakteristik memiliki suara, gambar dan gerak. Karakteristik inilah yang membuat pemirsa ingin membeli produk yang ditawarkan. Berdasarkan wujudnya, iklan televisi dapat dikelompokkan menjadi 13 jenis, yaitu :

1. *Live action*; video klip yang memadukan unsur gambar, suara dan gerak secara serempak.

2. *Animation*; iklan yang dibangun berdasarkan gambar-gambar kartun (2 D/3D), dapat digambar dengan keterampilan tangan atau teknologi komputer.
3. *Stop Action*; iklan televisi yang wujudnya berupa perpaduan antara live action dan teknik animasi sehingga menghasilkan efek dramatik iklan, dimana ilustrasi yang rumit bisa digambarkan dengan bagus dan menarik.
4. Musik; disampaikan melalui musik yang menjadi penyampai pesan. Maksudnya, iklan dibungkus di dalam alunan musik yang menjadi kekuatan pesan iklan.
5. *Superimposed*; iklan televisi berwujud gambar iklan yang ditontonkan di atasnya gambar lain. Di bab ini, gambar yang terlihat biasanya ditontonkan di pojok layar, sementara siaran televisi tetap berjalan.
6. Sponsor program; iklan televisi di mana pihak pengiklan atau sponsor membiayai program acara televisi tertentu dan yang menjadi imbalannya bisa menyampaikan pesan iklan dengan lebih variatif.
7. *Running text*; iklan di mana pesan ditampilkan keluar masuk secara perlahan, dari sisi kanan keluar sisi kiri. Biasanya running text ada di sebelah bawah layar dan acara utamanya tetap berjalan.
8. *Property endorsement*; iklan yang berwujud dukungan sponsor yang ditontonkan melalui berbagai bab yang digunakan menjadi kelengkapan properti siaran atau berbagai bab yang dipakai para artis atau penyiar.
9. *Caption*; iklan yang mirip dengan superimposed, namun pesan yang digunakan hanya berupa tulisan. Umumnya dipakai untuk mendukung iklan property endorsement.
10. *Backdrop*; iklan televisi di mana pesan iklan ditontonkan di latar belakang acara yang diadakan.

11. *Credit Title*; iklan di mana pesan iklan ditontonkan di bagian akhir ketika acara sudah selesai.
12. *Ad lib*; iklan televisi di mana pesan iklan disampaikan dan disiarkan melalui penyiar secara langsung. Bisa di antara satu acara dan acara lainnya atau disampaikan oleh pembawa acara.
13. *Promo ad*; iklan yang dibuat oleh pengelola televisi untuk mempromosikan acara-acaranya, hal ini untuk mengajak pemirsa tertarik mengenai acara yang ditayangkan. Harapannya, acara tersebut dapat dilihat oleh pemirsa yang banyak.

### **c. Iklan Film**

Iklan film wujudnya produk film/cinema. Umumnya, jenis iklan yang muncul yaitu iklan property endorsement dan live action yang tampil sebelum film utama diputar (dirilis). Seringnya juga, suatu film ikut mempromosikan film-film lainnya sebelum film utamanya diputar (promo ad).

### **d. Iklan Media Digital Interaktif (Internet)**

Dalam iklan digital interaktif, dibagi lagi menjadi beberapa kelompok, antara lain :

1. *Website*; iklan yang secara keseluruhan berwujud website di semua fitur dalam situs tersebut, yaitu iklan. Terkadang suatu perusahaan juga membuat semua situs perusahaannya menjadi ladang iklan.
2. *Banner dan tombol*; banner di sini berupa billboard mini yang tersebar di semua halaman web. Sementara itu, button sering berwujud icon ukuran kecil. Keduanya jika diklik akan membawa ke situs dari pengiklan atau halaman yang baru.

3. *Sponsorship*; iklan yang dibiayai pihak sponsor secara penuh di halaman dari pembuat situs.
4. *Classified ads*; iklan yang berwujud seperti iklan baris dalam koran dan umumnya gratis.
5. *E-mail advertising*; iklan yang dikirimkan melalui e-mail kepada para customer yang memang meminta. Iklan ini harus dibedakan dengan SPAM. Apa itu SPAM ? SPAM adalah iklan massal di dalam e-mail yang dikirimkan oleh entitas yang tidak diketahui.

### C. Iklan Luar Ruangan (*Out of Home*)

Iklan yang termasuk dalam kategori ini adalah iklan yang medianya mencakup *audiens* yang berada di luar rumah. Iklan ini muncul dan berpisah dari iklan media cetak, lalu perkembangannya yang dramatis. Jenis iklan ini, antara lain yaitu :

1. Iklan *outdoor* standar
2. *Display*; iklan yang ada di layar-layar display di luar ruangan.
3. *Mobile billboard*; iklan yang memadukan antara *billboard* tradisional dan transit.
4. Iklan *transit*; berupa penjelasan dari *out of home media* yang meliputi iklan di bus, taxi, terminal, stasiun dan lain-lainnya. Iklan ini berupa baliho standar sampai beragam ukuran. Jika berupa tanda elektronik raksasa yang bisa menggambarkan gerak, warna dan gambar yang mengeluarkan cahaya, maka iklan ini dapat disebut dengan *spectaculars*. Iklan ini bisa berupa gambar 2D atau 3D.

### 3.2.2. Jenis-Jenis Iklan Berdasarkan Tujuannya

Berdasarkan tujuannya, iklan dibedakan menjadi 2 yaitu :

#### A. Iklan Komersial

Iklan Komersial utama bisnis memiliki tujuan untuk mencari keuntungan ekonomi, yang utamanya meningkatkan penjualan. Iklan komersial ini bisa dibagi lagi menjadi :

- a. Iklan konsumen; dimaksudkan untuk mencari keuntungan bisnis, di mana pesan atau isinya iklan ditujukan kepada konsumen akhir, yaitu yang memakai terakhir suatu produk.
- b. Iklan bisnis; iklan yang disampaikan dengan maksud mencari keuntungan ekonomi, sasaran pesan yang dituju yaitu lembaga yang akan mengolah/menjual produk yang sudah diiklankan kepada konsumen akhir.
- c. Iklan professional; iklan yang disampaikan dengan maksud mencari keuntungan bisnis di mana khalayak sarannya yaitu segmen khusus (para professional).

#### B. Iklan non komersial atau layanan masyarakat

Iklan yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk atau mendidik khalayak di mana tujuan akhirnya bukan mencari keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial di sini bisa diartikan sebagai tambahan ilmu, kesadaran masyarakat terhadap perkara yang diiklankan, serta mencari citra bagus di mata masyarakat.

## **B. Kerangka Konseptual.**

Kemampuan adalah sifat yang dibawa sejak lahir atau dipelajari yang memungkinkan seseorang dapat menyelesaikan pekerjaannya baik secara mental ataupun fisik. Kemampuan adalah kecerdasan-kecerdasan alami dan kapabilitas dipelajari yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu tugas.

Sedangkan kemampuan memparafrasakan iklan adalah kecerdasan dan kesanggupan seorang siswa dalam menyampaikan kembali isi dari sebuah iklan dengan kalimatnya sendiri.

## **C. Pernyataan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan memparafrasakan iklan. Oleh karena itu, peneliti tidak bermaksud untuk menguji kebenaran hipotesis. Sebagai pengganti hipotesis dirumuskan pernyataan penelitian yang akan dicari jawabannya melalui penelitian ini. Pernyataan penelitian ini adalah bagaimana kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**





5	IX AP 2	41 Orang
6	IX TKJ 1	38 Orang
7	IX TKJ 2	32 Orang
Jumlah		256 Orang

## 2. Sampel

Sebuah sampel adalah bagian dari populasi. “Survey sampel adalah suatu prosedur di mana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi” (Nazir, 2011: 271).

Secara teknik, sampel yang wajar untuk dapat diambil dari keseluruhan populasi yaitu menurut Arikunto (2006: 134) “apabila jumlah subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.” Dalam menentukan sampel dilakukan berdasarkan teknik *random sampling*.

Adapun langkah-langkah dalam penentuan pengambilan sampel secara acak adalah:

- a. Potongan-potongan kertas sesuai dengan jumlah kelas pada kelas XI yang ada.
- b. Menuliskan nama kelas pada tiap potongan kertas, potongan pertama kelas XI AK 1, potongan kertas kedua kelas XI AK 2 dan seterusnya hingga potongan kertas ketujuh kelas XI TKJ 2.
- c. Menggulung kertas satu-persatu lalu dimasukkan ke dalam kotak dan mengocok kotak tersebut.
- d. Dari kotak tersebut diambil satu gulungan dan terpilihlah kelas XI AK 1 sebagai sampel.

Kelas XI AK 1 berjumlah 38 orang dengan persentase 15% dari jumlah populasi sesuai dengan pendapat Arikunto yang dikemukakan sebelumnya.

### **C. Metode Penelitian**

Surakhmad (1995:131) menyatakan “metode merupakan cara yang utama untuk mencapai tujuan, misalnya untuk menguji serangkaian hipotesis, dan mempergunakan alat teknik, serta alat-alat tertentu. Cara untuk digunakan setelah menyelidiki serta selesai situasi penyelidikan.”

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tingkat kemampuan siswa dalam memparafrasakan iklan. Sesuai dengan pendapat Ali (1987:120) mengatakan “metode deskriptif digunakan untuk berupaya memecahkan masalah yang sedang dihadapi pada situasi sekarang.”

Analisis data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif karena penelitian ini menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Margono, 2010:105).

### **D. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Menurut Sugiono (2012: 61) “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Penelitian ini menggunakan satu variabel yaitu kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017.

## **E. Definisi Operasional Variabel**

Definisi Operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan adalah batas usaha yang dilakukan perorangan atau kelompok yang memerlukan kesanggupan, kecakapan, dan kekuatan, disertai dengan tingkat latihan terus-menerus.
2. Parafrasa dapat adalah pengungkapan kembali suatu tuturan dari sebuah tingkatan atau macam bahasa menjadi yang lain tanpa mengubah pengertian. Parafrasa juga dapat diartikan sebagai penguaraian kembali suatu teks dalam bentuk yang lain, dengan maksud untuk dapat menjelaskan makna tersembunyi.
3. Iklan adalah pemberitahuan mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk membujuk khayalak agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan.

## **F. Instrumen Penelitian.**

Instrument penelitian merupakan kunci dalam penelitian, sedangkan data merupakan kebenaran yang empiris yaitu kesimpulan atau penemuan peneliti itu. Untuk mengetahui kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017 maka alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan adalah tes. Hal ini diketahui melalui tingkat ketuntasan belajar dalam pencapaian hasil belajar siswa. Tes yang digunakan dalam penelitian ini adalah tes esai.

**Tabel 3.3.**

**Aspek-Aspek Penilaian Kemampuan Memparafrasakan Iklan oleh Siswa SMK**

**Muhammadiyah 04 Medan Tahun Pembelajaran 2016-2017.**

<b>NO</b>	<b>Aspek yang Dinilai</b>	<b>Indikator yang Dinilai</b>	<b>Skor</b>
1.	Kata kunci	e. Penentuan kata kunci sesuai dengan isi iklan.	3
		f. Penentuan kata kunci kurang sesuai dengan isi iklan	2
		g. Penentuan kata kunci tidak sesuai dengan isi iklan	1
2.	Ide Pokok	a. Ide pokok dari iklan dipaparkan dengan tepat.	3
		b. Ide pokok dari iklan dipaparkan dengan kurang tepat.	2
		c. Ide pokok dari iklan dipaparkan tidak tepat.	1
3.	Sinonim	a. Sinonim sesuai dengan kata kunci.	3

		b. Sinonim kurang sesuai dengan kata kunci.	2
		c. Sinonim tidak sesuai dengan kata kunci.	1
4.	Memparafrasa dengan kalimat sendiri.	a. Kalimat yang disampaikan sesuai dengan tujuan iklan.	3
		b. Kalimat yang disampaikan kurang sesuai dengan tujuan iklan.	2
		c. Kalimat yang disampaikan tidak sesuai dengan tujuan iklan.	1
Skor Maksimal			12

Sehingga skor tertinggi yang diperoleh adalah 100 dengan keterangan:

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Skor yang diperoleh}}{\text{skor maksimal}} \times 100$$

### G. Teknik Analisis data

Menurut Nazir (2011:346) “Analisis data merupakan bagian yang amat penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisislah data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian.” Suatu penelitian dilakukan melalui pengumpulan data.

Data ini kemudian dianalisis untuk sampai pada kesimpulan atau pemecahan masalah yang menjadi akhir penelitian.

Untuk menganalisis data penelitian ini digunakan model dan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menetapkan skor/ nilai tes pada materi parafrasa untuk tiap-tiap anggota sampel dengan Nilai:

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Skor yang diperoleh}}{\text{skor maksimal}} \times 100$$

2. Mencari mean atau nilai rata-rata untuk tes belajar siswa. Dikatakan Sudjono (2010:80) dengan cara:

$$M = \frac{\sum FX}{N}$$

Keterangan :

$M$  = Mean

$\sum FX$  = Jumlah seluruh nilai siswa

$N$  = Jumlah siswa

3. Menentukan persentase nilai akhir siswa dengan menggunakan rumus:

$$\text{Persentase} = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

$F$  = Frekuensi

$N$  = Jumlah sampel

4. Menentukan kategori kemampuan siswa dalam memparafrasakan iklan dengan merujuk kriteria penilaian yang telah dikemukakan Arikunto (2006:245) sebagai berikut:

**Tabel 3.4**

**Kategori Kompetensi Siswa Disesuaikan dengan Standart Penilaian**

<b>Angka</b>	<b>Kerangan</b>
80-100	Baik Sekali
60-79	Baik
40-59	Cukup Baik
20-39	Kurang
0-19	Sangat Kurang/ Gagal

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Hasil Penelitian**

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan tes esai untuk mengetahui kemampuan memparafrasakan iklan. Pelaksanaan tes ini dilakukan pada siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017, yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 38 orang siswa. Tes yang diberikan adalah tes membuat parafrasa. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017.

Berikut deskripsi hasil kemampuan memparafrasakan iklan dan cara yang dilakukan dalam pengolahan data adalah menentukan penilaian kemampuan memparafrasakan iklan. Setelah dilaksanakan penelitian mengenai kegiatan memparafrasakan iklan maka dapatlah skor masing-masing siswa seperti terlihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1**

36

**Skor Mentah Kemampuan Memparafrasakan Iklan**

NO	NAMA SISWA	Soal No 1				Skor
		1	2	3	4	Total
1	Ananda Aulia	2	1	1	2	6
2	Andini Putri Wara	3	3	1	3	10
3	Balqis Wahyuni	2	2	1	2	7
4	Bunga Ananda Putri	3	3	3	3	12
5	Cut Tari	3	3	1	3	10
6	Dadang Irawan	3	3	1	3	10
7	Ewil Anton R	2	2	1	2	7
8	Fania Salsabila	2	3	2	2	9
9	Hairani	2	1	2	2	7
10	Julfan Indira Sakti	2	1	2	2	7
11	Lismaini	3	2	1	2	8
12	Mahani Faiza Aulia	2	2	1	2	7
13	Maulida Sari	2	2	1	2	7
14	Misbahhul Jannah	1	2	1	2	6
15	Muhammad Andika Pandiangan	3	3	1	2	9
16	Nadia Suwanti	1	2	1	3	7
17	Nadila Putri	3	3	1	3	10
18	Niko Syahputra	3	3	2	3	11
19	Novi Anggraini	3	3	1	2	9

20	Nuraini	3	3	1	2	9
21	Putri Sartika	3	3	1	2	9
22	Rafida	3	3	1	2	9
23	Rendy Nazzillah	2	2	1	2	7
24	Riyani	2	2	1	2	7
25	Rizka Aditya	3	3	2	2	10
26	Rizky Fauzie	2	2	1	2	7
27	Sastri	3	3	2	3	11
28	Siti Laila	2	1	1	2	6
29	Sri Wahyuni	2	2	1	2	7
30	Suny Tita	3	2	2	3	10
31	Tri Rahayu	3	3	1	3	10
32	Tri Vina Mushliha	3	2	2	2	9
33	Ummul Sakinah Hasibuan	2	2	1	2	7
34	Vina Ramadhani	2	2	1	2	7
35	Wahyu Wirian	3	2	2	2	9
36	Weni Rahmayani	2	1	2	2	7
37	Yasinta Sumawidiya	3	3	2	2	10
38	Zalika	3	3	1	2	9
	Jumlah					319

## B. Pengolahan Data

Berdasarkan deskripsi di atas, langkah selanjutnya adalah menghitung skor ideal setiap siswa dengan menggunakan rumus mencari angka nilai dengan rumus:

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Skor yang diperoleh}}{\text{skor maksimal}} \times 100$$

**Tabel 4.2**

**Nilai Akhir Kemampuan Memparafrasakan Iklan**

NO	NAMA SISWA	Skor	Nilai
1	Ananda Aulia	6	50
2	Andini Putri Wara	10	83
3	Balqis Wahyuni	7	58
4	Bunga Ananda Putri	12	100
5	Cut Tari	11	92
6	Dadang Irawan	12	100
7	Ewil Anton R	7	58
8	Fania Salsabila	10	83
9	Hairani	7	58
10	Julfan Indira Sakti	7	58
11	Lismaini	8	67
12	Mahani Faiza Aulia	7	58
13	Maulida Sari	7	58
14	Misbahhul Jannah	6	50

15	Muhammad Andika Pandiangan	9	75
16	Nadia Suwanti	7	58
17	Nadila Putri	10	83
18	Niko Syahputra	12	100
19	Novi Anggraini	11	92
20	Nuraini	9	75
21	Putri Sartika	9	75
22	Rafida	10	83
23	Rendy Nazzillah	7	58
24	Riyani	7	58
25	Rizka Aditya	12	100
26	Rizky Fauzie	7	58
27	Sastri	11	92
28	Siti Laila	6	50
29	Sri Wahyuni	7	58
30	Suny Tita	10	83
31	Tri Rahayu	10	83
32	Tri Vina Mushliha	9	75
33	Ummul Sakinah Hasibuan	7	58
34	Vina Ramadhani	8	67
35	Wahyu Wirian	10	83
36	Weni Rahmayani	7	58

37	Yasinta Sumawidiya	12	100
38	Zalika	9	75

Selanjutnya untuk menentukan nilai kemampuan memparafrasakan iklan, penulis menggunakan rumus pada teknik analisis data dengan langkah menghitung mean. Namun sebelum mendapatkan nilai mean peneliti terlebih dahulu menyiapkan tabel berikut:

**Tabel 4.3**

**Tabel Frekuensi untuk Mencari Mean Kemampuan Memparafrasakan Iklan**

No	X	F	FX	X <sup>2</sup>	FX <sup>2</sup>
1	100	5	500	10000	50000
2	92	3	276	8464	25392
3	83	7	581	6889	48223
4	75	5	375	5625	28125
5	67	2	134	4489	8978
6	58	13	754	3364	43732
7	50	3	150	2500	7500
Jumlah		38	2770	41331	211950

Berdasarkan tabel di atas dapat ditentukan nilai mean menggunakan rumus:

$$M = \frac{\sum FX}{N}$$

Keterangan :

$M$  = Mean

$\sum Fx$  = Jumlah seluruh nilai siswa

$N$  = Jumlah siswa

Maka :

$$\begin{aligned} M &= \frac{\sum FX}{N} \\ &= \frac{2770}{38} \\ &= 72,90 \end{aligned}$$

Berdasarkan nilai akhir kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017 dapat diketahui jumlah siswa yang memperoleh nilai 100-10 sebagai berikut:

- a. Nilai 91-100 = 8 orang
- b. Nilai 81- 90 = 7 orang
- c. Nilai 71- 80 = 5 orang
- d. Nilai 61- 70 = 2 orang
- e. Nilai 51- 60 = 13 orang
- f. Nilai 41- 50 = 3 orang
- g. Nilai 10- 40 = tidak ada

Berdasarkan hasil nilai akhir siswa yang diperoleh, maka dapat diketahui persentase nilai akhir siswa dengan menggunakan rumus:

$$\text{Persentase} = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

F = Frekuensi

N= Jumlah sampel

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.4**

**Persentase Nilai Kemampuan Memparafrasakan Iklan**

No	Nilai	Frekuensi (Banyak Siswa)	Persentase (%)
1	91- 100	8	22
2	81- 90	7	18
3	71- 80	5	13
4	61- 70	2	5
5	51- 60	13	34
6	41- 50	3	8
Jumlah		38	100

Setelah diperoleh nilai rata-rata dan persentase dari kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017, selanjutnya nilai rata-rata tersebut dibandingkan dengan peringkat nilai. Dari data yang diperoleh dapat dikategorikan nilai rata-rata memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan seperti terlihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5**

**Kategori Nilai Rata-Rata Kemampuan Memparafrasakan Iklan oleh Siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017**

NO	NAMA SISWA	Nilai	Kategori
1	Ananda Aulia	50	Cukup Baik
2	Andini Putri Wara	83	Baik sekali
3	Balqis Wahyuni	58	Cukup Baik
4	Bunga Ananda Putri	100	Baik Sekali
5	Cut Tari	92	Baik sekali
6	Dadang Irawan	100	Baik Sekali
7	Ewil Anton R	58	Cukup Baik
8	Fania Salsabila	83	Baik sekali
9	Hairani	58	Cukup Baik
10	Julfan Indira Sakti	58	Cukup Baik
11	Lismaini	67	Baik

12	Mahani Faiza Aulia	58	Cukup Baik
13	Maulida Sari	58	Cukup Baik
14	Misbahhul Jannah	50	Cukup Baik
15	Muhammad Andika Pandiangan	75	Baik
16	Nadia Suwanti	58	Cukup Baik
17	Nadila Putri	83	Baik Sekali
18	Niko Syahputra	100	Baik Sekali
19	Novi Anggraini	92	Baik Sekali
20	Nuraini	75	Baik
21	Putri Sartika	75	Baik
22	Rafida	83	Baik sekali
23	Rendy Nazzillah	58	Cukup Baik
24	Riyani	58	Cukup Baik
25	Rizka Aditya	100	Baik Sekali
26	Rizky Fauzie	58	Cukup Baik
27	Sastri	92	Baik sekali
28	Siti Laila	50	Cukup Baik
29	Sri Wahyuni	58	Cukup Baik
30	Suny Tita	83	Baik sekali
31	Tri Rahayu	83	Baik sekali
32	Tri Vina Mushliha	75	Baik

33	Ummul Sakinah Hasibuan	58	Cukup Baik
34	Vina Ramadhani	67	Baik
35	Wahyu Wirian	83	Baik sekali
36	Weni Rahmayani	58	Cukup Baik
37	Yasinta Sumawidiya	100	Baik Sekali
38	Zalika	75	Baik

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017 dalam kategori baik karena nilai rata-ratanya (mean) 72,90.

**Tabel 4.6**

**Kategori Kemampuan Memparafrasakan Iklan oleh Siswa SMK**

**Muhammadiyah 04 Medan Tahun Pembelajaran 2016-2017**

No	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Baik Sekali	15	40
2	Baik	7	18
3	Cukup Baik	16	42
4	Kurang	0	0
Jumlah		38	100

**C. Jawaban Pernyataan Penelitian**

Berdasarkan nilai yang diperoleh siswa di atas, maka dapat disimpulkan bahwa jawaban pernyataan penelitian kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017 memiliki nilai rata-rata 72,90 dengan kategori baik. Dengan rincian 15 orang siswa (40%) mendapat nilai 80-100 berada pada tingkat baik sekali, 7 orang siswa (18%) mendapat nilai 60-70 pada tingkat baik, 16 orang siswa (42%) mendapat nilai 40-50 pada tingkat cukup baik, dan tidak ada yang mendapatkan nilai 20-30 pada tingkat kurang.

#### **D. Diskusi Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian, kemampuan memparafrasakan iklan siswa mendapatkan nilai rata-rata (mean) sebesar 72,90 dan dapat dikategorikan baik. Berdasarkan hal ini dapat diketahui bagaimana hasil pembelajaran Bahasa Indonesia khususnya dalam memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Seberapa baikpun penelitian tidak terlepas dari kesalahan yang berkaitan dari keterbatasan berbagai faktor yang ada pada penelitian. Kendala-kendala yang dihadapi sejak dari pembuatan, rangkaian penelitian, pelaksanaan penelitian, pengelolaan data seperti kemungkinan kekeliruan dalam membuat instrumen penelitian, kesalahan dalam menganalisis dan menafsirkan data, sebagaimana penelitian ini bisa saja siswa tidak serius ketika mengerjakan tugas untuk memperoleh data penelitian. Disamping adanya keterbatasan dana, buku panduan, waktu serta moril dan material yang peneliti miliki dan akibat dari berbagai faktor tersebut, maka penelitian ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh sebab itu dengan setulus hati peneliti mengharapkan adanya kritikan yang dapat menyempurnakan penelitian.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan memparafrasakan iklan oleh siswa SMK Muhammadiyah 04 Medan tahun pembelajaran 2016-2017 memiliki nilai rata-rata 72,90.

Siswa yang memiliki nilai 80-100 (baik sekali) sebanyak 15 orang siswa (40%). Siswa yang memiliki nilai 60-79 (baik) sebanyak 7 orang siswa (18%). Siswa yang memiliki nilai 40-59 (cukup baik) sebanyak 16 orang siswa (42%).

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, peneliti memberikan beberapa saran dalam upaya meningkatkan prestasi belajar siswa sebagai berikut:

1. Kepada guru bahasa Indonesia agar lebih memberi motivasi untuk semua siswa, agar siswa menjadi lebih giat lagi dalam proses belajar dan juga guru harus lebih banyak memberi latihan agar siswa terbiasa dalam mengerjakan soal-soal yang diberikan.
2. Kepada siswa disarankan agar mengulang kembali pelajaran yang telah diberikan oleh guru serta rajin dan sungguh-sungguh dalam belajar sehingga mampu memahami pelajaran yang telah diberikan oleh guru.
3. Kepada pihak pengelola sekolah disarankan agar lebih produktif dalam menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk kegiatan belajar mengajar, khususnya sarana yang dibutuhkan dalam pengajaran bahasa seperti perpustakaan yang menyediakan buku-buku bahasa Indonesia yang lengkap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Muhammad. 1987. *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Depdiknas. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Durianto. Dkk . 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Finoza, Lamuddin. 2002. *Komposisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Diksi Insan Mulia.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Khairani, Makmun. 2013. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar–Dasar Komunikasi Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Margono, S. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mawadah, Ade Husnul. Dan Nanang Chaerul Anwar. 2012. *Bahasa Indonesia*. Bogor: Yudistira.
- Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Robbins, Stepen P. 2003. *Perilaku Organisasi*. Gramedia: Jakarta
- Situmorang. 1983. *Puisi dan Metodeologi Pengajarannya*. Flores NTT: Nusa Indah.
- Soehardi. 2003. *Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudjono, Anas. 2010. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Surakhmad, Winarto. 1995. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar dan Metode*. Bandung: Tarsito.

Suroto. 1989. *Apresiasi Sastra Indonesia*. Jakarta: Erlangga.

Tarigan, Djago.1986. *Membina Keterampilan Menulis Paragraf dan Pengembangannya*. Bandung: Angkasa.

Yustinah. dan Ahmad Ishak. 2008. *Bahasa Indonesia Tataran Madya*. Jakarta: Erlangga.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Parafrase>. Diakses tanggal 19 januari 2017 pukul 14.56