

## RESPON SISWA TERHADAP MODEL *THINK TALK WRITE* BERBANTUAN MEDIA IKLAN DALAM PEMBELAJARAN MENULIS TEKS PERSUASI DI SMP

Resma Khoirunnisa<sup>1</sup>, Rochmat Tri Sudrajat<sup>2</sup>, Mekar Ismayani<sup>3</sup>

1-3 IKIP SILIWANGI

<sup>1</sup>resmakhairunnisa23@gmail.com, <sup>2</sup> rochmatttrisudrajat@ikipsiliwangi.ac.id,

<sup>3</sup> mekarismayani@ikipsiliwangi.ac.id

### Abstract

*This research is motivated by the difficulties experienced by students in writing persuasion text essay in middle school. The facts in the field state that students are difficult to get ideas, develop ideas and apply language rules that should be in the text of persuasion. Therefore the researcher tries to apply the Think Talk Write (TTW) learning model with the help of advertising medias to overcome the problem. The formulation of the problem in this study is how are students' responses to learning to write persuasion text using the think talk write model assisted by advertising media?. The method used in this research is descriptive qualitative and the instruments used are questionnaires. Based on data processing in this study there were 89.5% of responses that stated positive. Thus, learning to write persuasive texts with the model of think talk write assisted by advertising media in class VIII F, SMP received very good responses.*

**Keywords:** student responses, think talk write models, questionnaires

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kesulitan yang dialami peserta didik dalam menulis karangan teks persuasi di SMP. Fakta di lapangan menyatakan bahwa peserta didik sukar memperoleh ide, mengembangkan gagasan dan menerapkan kaidah kebahasaan yang seharusnya ada dalam teks persuasi. Dengan demikian peneliti mencoba untuk menerapkan model pembelajaran *think talk write* (TTW) berbantuan media iklan untuk mengatasi masalah tersebut. Tujuan diadakannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana respon siswa terhadap pembelajaran menulis teks persuasi menggunakan model *think talk write* berbantuan media iklan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan instrumen yang digunakan berupa angket. Berdasarkan pengolahan data dalam penelitian ini terdapat 89.5% respon yang menyatakan positif. Dengan demikian maka pembelajaran menulis teks persuasi dengan model *think talk write* berbantuan media iklan di SMP mendapat respon sangat baik dari para siswa.

**Kata Kunci:** respon siswa, *think talk write*, angket.

### PENDAHULUAN

Dalam kurikulum terbaru yang dibuat oleh pemerintah proses pembelajaran berpusat pada siswa. Menurut Rahayu, dkk. (2019) dengan dibuatnya aturan ini maka guru sebagai pendidik harus mampu mengarahkan siswa agar proses pembelajaran berjalan sesuai kurikulum yang berlaku. Untuk mencapai hal tersebut tentu pemilihan metode atau model pembelajaran harus benar-benar diperhatikan. Sejalan dengan pendapat Sudrajat (2019) yang

mengatakan bahwa Pembelajaran merupakan suatu sistem, yang terdiri atas berbagai komponen yang saling berhubungan satu dengan lainnya. Komponen tersebut meliputi: tujuan, materi, metode, dan evaluasi. Keempat komponen tersebut harus diperhatikan oleh guru dalam memilih dan menentukan model-model pembelajaran yang akan digunakan dalam kegiatan belajar.

Model pembelajaran *Think Talk Write* (TTW) yang memfasilitasi latihan peserta didik untuk menuangkan idenya ke dalam sebuah tulisan. Dengan proses berpikir, berbicara dan menulis. Hal ini tidak terlepas dari pendapat Shoimin (Lestari, dkk., 2018) yang menyatakan bahwa “*Think Talk Write* merupakan suatu model pembelajaran untuk melatih keterampilan peserta didik dalam menulis”. Menurut Rahayu, dkk. (2019) Mengatakan bahwa model pembelajaran ini berkegiatan dimulai dengan alur berpikir (*think*), kegiatan membaca, berbicara (*talk*) melalui kegiatan diskusi, bertukar pendapat, presentasi dan menulis (*write*) melalui kegiatan menuliskan hasil diskusinya. Selain model pembelaran seperti yang telah dikatan oleh sudrajat dalam bukunya maka salah satu komponen lainnya yang menunjang keberhasilan proses pembelajaran adalah materi, dalam menyampaikan materi tentu membutuhkan media atau alat yang digunakan. Peneliti memilih media iklan yang dirasa sangat tepat untuk digunakan dalam materi teks persuasi dengan menggunakan model TTW.

Model pembelajaran TTW berbantuan media iklan akan diujicobakan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh dan respon siswa dalam mengikuti proses pembelajaran. Menurut Hidayati, Heryanto (Safitri dan Mustika, 2010) Respon adalah sikap setelah terjadi pengamatan terhadap objek tertentu. Dalam respon ada objek yang diteliti, respon biasanya berbentuk pendapat rasioanal. Dalam penelitian ini media pengamatan yang digunakan berupa angket. Angket dapat dijadikan sebagai media untuk mengetahui tingkat respon siswa terhadap model pembelajaran yang diterapkan.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2015) mengatakan bahwa penelitian deksriptif adalah penelitian yang menggambarkan fakta atau fenomena yang empiris. Menurut Moleong (Lestari, dkk., 2018) mendefinisikan bahwa kualitatif merupakan pendekatan yang berkaitan dengan data dan tidak

berupa angka-angka, tetapi berupaya kualitas bentuk variabel yang berwujud tuturan sebagai data yang dihasilkan berupa kata tertulis dan lisan tentang sifat-sifat individu dari kelompok tertentu yang diamati.

Mendengar penapat di atas metode tersebut tepat digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui respon siswa terhadap model pembelajaran. Populasi yang diambil dalam penelitian ini kelas VIII F SMP Negeri 9 Cimahi yang berjumlah 37 siswa. Instrumen yang digunakan berupa angket, yang kemudian akan dianalisis secara kualitatif dan dikaji secara deskriptif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Berikut merupakan analisis berupa tabel, data yang diperoleh berupa angket yang menggambarkan respon siswa terhadap penerapan model *think talk write* berbantuan media iklan dalam pembelajaran menulis teks persuasi.

**Tabel 1.** Presentase Hasil Analisis Angket

N	PERNYATAAN	SKOR			
		TS	KS	S	SS
1	Saya senang mengikuti pembelajaran menulis teks persuasi dengan menggunakan model <i>think talk write</i> berbantuan media iklan.	0%	2,70%	22,29%	64,86%
2	Model pembelajaran <i>think talk write</i> berbantuan media iklan memudahkan saya dalam mengembangkan ide untuk menulis teks persuasi.	0%	2,70%	26,35%	59,45%
3	Pembelajaran menulis teks persuasi dengan menggunakan model <i>think talk write</i> berbantuan media iklan dapat menambah pengetahuan saya.	0%	0%	32,43%	56,75%
4	Model <i>think talk write</i> berbantuan media iklan menumbuhkan minat saya dalam menulis teks persuai.	0%	0%	34,45%	56,75%

	Model <i>think talk write</i> berbantuan				
5	media iklan membuat saya semangat mempelajari teks persuasi.	0%	1,35%	26,35%	62,16%
6	Pembelajaran menulis teks persuasi dengan menggunakan model <i>think talk write</i> berbantuan media iklan membosankan.	55,55%	34,45%	0%	0%
7	Model <i>think talk write</i> berbantuan media iklan membuat saya kesulitan dalam mengembangkan ide untuk menulis teks persuasi.	48,64%	36,48%	1,35%	0%
8	Pembelajaran menulis teks persuasi dengan menggunakan model <i>think talk write</i> berbantuan media iklan tidak menambah pengetahuan saya.	67,56%	24,32%	0%	0%
9	Model <i>think talk write</i> berbantuan media iklan tidak dapat menumbuhkan minat saya dalam menulis teks persuasi.	64,86%	28,35%	0%	0%
10	Model <i>think talk write</i> berbantuan media iklan membuat saya tidak bersemangat mempelajari teks persuasi.	70,27%	22,29%	0%	0%

**Keterangan: SS = Sangat Setuju, S= Setuju, KS= Kurang Setuju, TS= Tidak Setuju**

## PEMBAHASAN

Lembar angket siswa diisi oleh 37 responden yang merupakan jumlah siswa kelas VIII F SMP Negeri Cimahi yang mengikuti kegiatan evaluasi pembelajaran. Data pada tabel di atas merupakan hasil perhitungan dan pengolahan dari angket yang telah diisi oleh sejumlah siswa tersebut. Berikut adalah deskripsi untuk setiap butir pernyataan pada angket tersebut.

1. Pernyataan pertama, "Saya senang mengikuti pembelajaran menulis teks persuasi dengan menggunakan model *think talk write* berbantuan media iklan." Hasil data menunjukkan bahwa 24 siswa menjawab sangat setuju, 11 siswa menjawab setuju, 2 siswa menjawab kurang setuju, dan 0 siswa menjawab tidak setuju. Maka, total skor yang diperoleh adalah 133. Skor tersebut kemudian dibagi skor maksimila yaitu 148. Maka, jumlahnya mencapai 89,86 yang kemudian diubah ke dalam bentuk persentase.
2. Pernyataan kedua, "Model *think talk write* berbantuan media iklan memudahkan saya dalam mengembangkan ide untuk menulis teks persuasi." data menunjukkan bahwa 22 siswa menjawab sangat setuju, 13 siswa menjawab setuju, 2 siswa menjawab kurang setuju, dan tidak ada siswa yang menjawab tidak setuju. Maka diperoleh data 131 yang kemudian dibagi 148 (skor maksimal), dan dikalikan 100. Hasilnya adalah 88,5.
3. Pernyataan ketiga, yaitu "Pembelajaran menulis teks persuasi dengan menggunakan model *think talk write* berbantuan media iklan dapat menambah pengetahuan saya." Hasil data menunjukkan bahwa 21 siswa menjawab sangat setuju, 16 siswa menjawab setuju, tidak ada siswa yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju. Maka skor yang diperoleh adalah 132. Skor tersebut dibagi skor maksimal kemudian dikalikan 100. Maka hasilnya adalah 89,1.
4. Pernyataan keempat, "Model *think talk write* berbantuan media iklan menumbuhkan minat saya dalam menulis teks persuasi." Hasil data menunjukkan bahwa 20 siswa menjawab sangat setuju, 17 siswa menjawab setuju, tidak ada siswa yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju. Maka diperoleh skor total 131 yang dikalikan 100 dan kemudian dibagi skor maksimal yaitu 148. Hasilnya adalah 88,5.
5. Pernyataan kelima, "Model *think talk write* berbantuan media iklan membuat saya semangat mempelajari teks persuasi." Hasil data menunjukkan bahwa 23 siswa menjawab sangat setuju, 13 siswa menjawab setuju, satu orang siswa menjawab kurang setuju, dan tidak ada siswa yang menjawab tidak setuju. Maka skor yang diperoleh adalah 133. Skor tersebut dibagi pada skor maksimal yaitu 148, dan dikalikan 100. Hasilnya adalah 89,8.
6. Pernyataan keenam, "Pembelajaran menulis teks persuasi dengan menggunakan model *think talk write* berbantuan media iklan membosankan." Hasil data menunjukkan bahwa 20 siswa menjawab tidak setuju, 17 siswa menjawab kurang setuju, tidak ada siswa yang menjawab setuju dan sangat setuju. Maka diperoleh skor total 131. Skor tersebut kemudian dibagi skor maksimal yaitu 148 dan dikalikan 100. Hasilnya adalah 88,5.

7. Pernyataan ketujuh, “Model *think talk write* berbantuan media iklan membuat saya kesulitan dalam mengembangkan ide untuk menulis teks persuasi.” Hasil data menunjukkan bahwa 18 siswa menjawab tidak setuju, 18 siswa menjawab kurang setuju, dan satu orang siswa menjawab setuju. Maka skor yang diperoleh adalah 128. Skor tersebut dibagi skor maksimal yaitu 148, kemudian dikalikan 100. Maka hasilnya adalah 86,4.
8. Pernyataan kedelapan, “Pembelajaran menulis teks persuasi dengan menggunakan model *think talk write* berbantuan media iklan tidak menambah pengetahuan saya.” Hasil data menunjukkan bahwa terdapat 24 siswa menjawab tidak setuju, 12 siswa menjawab kurang setuju, dan satu orang siswa menjawab setuju. Dari data tersebut, diperoleh skor total sebesar 134, skor total tersebut dibagi skor maksimal dan dikalikan 100, maka hasilnya adalah 90,5.
9. Pernyataan kesembilan, “Model *think talk write* berbantuan media iklan tidak dapat menumbuhkan minat saya dalam menulis teks persuasi.” Data tersebut menunjukkan bahwa 24 tidak setuju dan 13 siswa lainnya menjawab kurang setuju. Sedangkan untuk jawaban setuju dan sangat setuju, tidak ada satu pun siswa yang menjawab dengan jawaban tersebut. Maka, diperoleh data sebesar 135. Skor total tersebut kemudian dibagi skor maksimal yaitu 148, dan dikalikan 100. Maka hasil yang diperoleh adalah 91,2.
10. Pernyataan terakhir, Model *think talk write* berbantuan media iklan membuat saya tidak bersemangat mempelajari teks persuasi.” Hasil data tersebut menunjukkan bahwa 27 siswa menjawab tidak setuju, 9 siswa menjawab kurang setuju, dan satu orang siswa menjawab setuju. Maka, diperoleh skor total sebesar 137. Skor tersebut kemudian dibagi skor maksimal yaitu 148, dan dikalikan 100. Hasil akhirnya adalah 92,5.

**Tabel 2.** Hasil Akhir Akumulasi Angket

NO	PERNYATAAN	PRESENTASE
1	Pernyataan 1	89,9
2	Pernyataan 2	88,5
3	Pernyataan 3	89,1
4	Pernyataan 4	88,5
5	Pernyataan 5	89,8

6	Pernyataan 6	88,5
7	Pernyataan 7	86,4
8	Pernyataan 8	90,5
9	Pernyataan 9	91,2
10	Pernyataan 10	92,5
<b>JUMLAH</b>		<b>894,9</b>

$$\frac{894,9}{1000} \times 100\% = 89,49 \text{ (89,5)}$$

Berdasarkan hasil akhir penghitungan angket diatas, 86,4 merupakan angka terendah dan 92,5 merupakan angka tertinggi yang diperoleh. Angka tersebut menunjukkan bahwa pembelajaran menulis teks persuasi menggunakan model *think talk write* berbantuan media iklan yang telah dilaksanakan pada siswa kelas VIII F SMP Negeri 9 Cimahi masuk kedalam kategori sangat baik.

## SIMPULAN

Berdasarkan data yang telah dianalisis penelitian ini memperoleh presentase sebanyak 89.5% siswa memberikan respon yang positif. Dapat ditarik kesimpulan, bahwa respon siswa terhadap penerapan model *think talk write* berbantuan media iklan mendapatkan respon sangat baik dari siswa di SMP.

## DAFTAR PUSTAKA

- Laelasari, L., Oktavia, L., & Mustika, I. (2018). Pengaruh bahasa alay terhadap penggunaan bahasa indonesia di kalangan mahasiswa ikip siliwangi. *Parole (Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 1(5), hlm. 675–680.
- Lestari, S., Oktaviani, S., & Permana, I. (2018). Pengaruh campur kode dalam bahasa indonesia. *Parole (Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia)*, 1 (3), 349–356.
- Rahayu, S., Yanti, I., Ulpa, A. M., & Ismayani, M. (2019). Pembelajaran menulis teks eksposisi dengan menggunakan model think talk write ( ttw ). *Parole (Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 2(5), hlm. 681–688.
- Safitri, Y., & Mustika, R. I. (2010). Respon siswa terhadap model experiential learning.

*Parole (Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia )*,2(2), hlm. 183–186.

Sudrajat Rohmat, W. W. (2019). Model pembelajaran kalimat menggunakan pendekatan

kooperatif berbasis karakter di ikip siliwangi-bandung. *Semantik*, 8(1), hlm. 30–36.

Sudrajat, T. R. (2018). *Teori belajar bahasa*. Bandung: Logoz Publishing.

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.