

BAB II KAJIAN TEORETIS

A. Kajian Teori

Kajian pustaka dalam penelitian ini berfungsi sebagai penjelasan mengenai permasalahan yang dianalisis dari perspektif ilmiah. Selain itu, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian dijelaskan secara logis dan didukung oleh fakta empiris yang diperoleh dari penelitian terkait. Kajian pustaka yang dipaparkan dalam penelitian ini pada dasarnya digunakan sebagai dasar untuk mendukung dan mengklarifikasi penelitian, serta kerangka teori yang dianggap relevan dengan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Hakikat Pembelajaran Menyajikan Teks Persuasi Berdasarkan Kurikulum 2013 Revisi

a. Kompetensi Inti (KI)

Permendikbud Nomor 24 Tahun 2016 tentang Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar pelajaran pada kurikulum 2013 revisi dijelaskan bahwa kompetensi Inti pada kurikulum 2013 merupakan tingkat kemampuan untuk mencapai standar kompetensi lulusan yang harus dimiliki seorang peserta didik pada setiap tingkat kelas.

Kompetensi Inti sebagaimana dimaksud pada pasal 2 ayat (1) terdiri atas:

- 1) Kompetensi inti sikap spiritual;
- 2) Kompetensi inti sikap sosial;
- 3) Kompetensi inti pengetahuan;
- 4) Kompetensi inti keterampilan.

Uraian tentang Kompetensi Inti untuk jenjang Sekolah Menengah Pertama/Madrasah Tsanawiyah adalah sebagai berikut.

Tabel 2. 1 Kompetensi Inti

Kompetensi Inti
(1) Menghayati dan mengamalkan ajaran agama yang dianutnya.
(2) Menunjukkan perilaku jujur, disiplin, tanggung jawab, peduli (toleransi, gotong royong), santun percaya diri, dalam berinteraksi secara efektif dengan lingkungan sosial dan alam dalam jangkauan pergaulan dan keberadaannya.
(3) Memahami pengetahuan (faktual, konseptual, dan prosedural) berdasarkan rasa ingin tahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya terkait fenomena dan kejadian tampak mata.
(4) Mencoba mengolah, dan menyaji dalam ranah konkret (menggunakan, mengurai, merangka, memodifikasi, dan membuat) dan ranah abstrak

b. Kompetensi Dasar (KD) dan Indikator Pembelajaran Menyajikan Teks Persuasi

Permendikbud Nomor 24 Tahun 2016 menjelaskan bahwa kompetensi dasar merupakan kemampuan dan materi pembelajaran minimal yang harus dicapai peserta didik untuk suatu mata pelajaran pada masing- masing satuan pendidikan yang mengacu pada kompetensi inti. Selain itu, kompetensi dasar pada kurikulum 2013 berisi kemampuan dan materi pembelajaran untuk suatu mata pelajaran pada masing- masing satuan pendidikan yang mengacu pada kompetensi inti.

Berdasarkan Permendikbud Nomor 24 tahun 2016 (2016: 4-6) terdapat 9 teks yang berupa 18 pasang kompetensi dasar. Ruang lingkup materi pembelajaran peserta didik kelas VIII diantaranya adalah teks berita, teks iklan, teks eksposisi, teks puisi, teks eksplanasi, teks ulasan, teks persuasi, teks drama, dan literasi.

Kompetensi dasar dan indikator pembelajaran bahasa Indonesia kelas

VIII SMP/MTs mengenai teks persuasi adalah sebagai berikut.

- KD : 4.14 Menyajikan teks persuasi (saran, ajakan, arahan dan pertimbangan) secara tulis dan lisan dengan memperhatikan struktur, kebahasaan, atau aspek lisan.
- Indikator : 4.14.1 Menulis teks persuasi secara tepat dengan memperhatikan bagian pengenalan isu.
- 4.14.2 Menulis teks persuasi secara tepat dengan memperhatikan bagian rangkaian argumen.
- 4.14.3 Menulis teks persuasi secara tepat dengan memperhatikan bagian pernyataan ajakan.
- 4.14.4 Menulis teks persuasi secara tepat dengan memperhatikan bagian penegasan kembali.
- 4.14.5 Menulis teks persuasi secara tepat dengan menggunakan kata ajakan,
- 4.14.6 Menulis teks persuasi secara tepat dengan menggunakan kata kerja imperatif.
- 4.14.7 Menulis teks persuasi secara tepat dengan menggunakan kata teknis atau istilah.
- 4.14.8 Menulis teks persuasi secara tepat dengan menggunakan kata kerja mental.
- 4.14.9 Menulis teks persuasi secara tepat dengan menggunakan kata kerja argumentatif.

c. Tujuan Pembelajaran

Setelah memahami konsep teks persuasi dan isi teks persuasi melalui kegiatan membaca, mencermati, menelaah struktur teks persuasi dan kaidah kebahasaannya, peserta didik diharapkan mampu

- 1) Menyebutkan secara lengkap struktur teks persuasi.
- 2) Menjelaskan secara tepat pengenalan isu dalam teks persuasi yang dibaca.
- 3) Menjelaskan secara tepat rangkaian argumen dalam teks persuasi yang dibaca.
- 4) Menjelaskan secara tepat pernyataan ajakan dalam teks persuasi yang dibaca.
- 5) Menjelaskan secara tepat penegasan kembali dalam teks persuasi yang dibaca.
- 6) Menyebutkan secara lengkap kebahasaan teks persuasi.
- 7) Menjelaskan secara tepat pernyataan-pernyataan yang mengandung saran, ajakan, bujukan, dan dorongan dalam teks persuasi yang dibaca.
- 8) Menjelaskan secara tepat pernyataan yang menyatakan pendapat dan fakta dalam teks persuasi yang dibaca.
- 9) Menjelaskan secara tepat kata-kata teknis atau peristilahan dalam teks persuasi yang dibaca.
- 10) Menjelaskan secara tepat konjungsi kausalitas dalam teks persuasi yang dibaca.
- 11) Menjelaskan secara tepat kata kerja mental dalam teks persuasi yang dibaca.
- 12) Menjelaskan secara tepat kata-kata rujukan dalam teks persuasi yang dibaca.
- 13) Menyajikan teks persuasi yang di dalamnya terdapat bagian-bagian struktur teks persuasi secara lengkap.

14) Menyajikan teks persuasi dengan ciri kebahasaan teks persuasi secara lengkap.

2. Intensitas Menonton YouTube Konten Iklan Layanan Masyarakat

Intensitas mencakup seberapa besar keterlibatan seseorang dalam melaksanakan suatu aktivitas. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Rifhano dan Abdurrahman (2018:16) yang mengemukakan bahwa intensitas merupakan keadaan tingkatan atau ukuran intensnya terhadap sesuatu. Sementara Ramdhini dan Fatoni (2020:55) juga mengungkapkan bahwa intensitas bukan hanya sekedar melihat saja tetapi memperhatikan dengan intens. Dari kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa intensitas merujuk pada tingkat keterlibatan atau perhatian yang diberikan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan. Kegiatan yang penulis maksud dalam penelitian ini yaitu menonton.

Menonton dapat dikatakan sebagai aktivitas melihat gambar bergerak atau pertunjukkan, baik secara langsung atau melalui *platform* digital. Hal ini sejalan dengan pendapat Poerwadaminta (Batubara & Nasrun, 2018:294) menonton adalah melihat pertunjukan, gambar hidup dan sebagainya. Dengan demikian, intensitas menonton adalah seberapa besar keinginan seseorang untuk melihat tayangan *audiovisual* pada suatu media, yang mencakup seberapa sering atau seberapa lama mereka terlibat dalam aktivitas menonton tersebut.

Ramdhini dan Fatoni (2020:55) menjelaskan bahwa indikator intensitas menonton terdiri atas dimensi perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Hal ini menunjukkan bahwa untuk memahami sepenuhnya pola perilaku penonton, kita perlu

memperhatikan bukan hanya seberapa sering mereka menonton, tetapi juga seberapa dalam perhatian dan penghayatan yang mereka berikan terhadap konten yang ditonton. Berikut penjelasan dari tiap indikator intensitas menonton.

a. Perhatian

Perhatian yaitu ketertarikan terhadap objek yang menjadi fokus dari suatu tindakan atau perilaku. Perhatian dalam menonton YouTube konten iklan layanan masyarakat berarti tersitanya perhatian ataupun tenaga seseorang untuk melihat tayangan-tayangan tersebut.

b. Penghayatan

Penghayatan melibatkan pemahaman mendalam dan penyerapan informasi yang diperoleh, diikuti oleh penyimpanan informasi tersebut sebagai wawasan baru bagi individu yang terlibat. Penghayatan dalam menonton YouTube konten iklan layanan masyarakat berarti memahami dan menyerap informasi yang diperoleh setelah menonton tayangan-tayangan tersebut, kemudian disimpan dan dijadikan inspirasi oleh seseorang yang terlibat.

c. Durasi

Durasi adalah sejauh mana waktu yang diperlukan seseorang untuk menjalankan suatu perilaku yang menjadi tujuan, seperti seberapa lama seseorang menghabiskan waktu untuk menonton konten iklan layanan masyarakat di YouTube.

d. Frekuensi

Frekuensi adalah besar jumlahnya pengulangan pada perilaku yang menjadi sasaran. Aktivitas menonton konten iklan layanan masyarakat di YouTube dapat terjadi

dengan tingkat frekuensi yang beragam, tergantung pada individu yang terlibat. Pujiyanto (2013:11) menyatakan bahwa iklan layanan masyarakat merupakan proses penyampaian informasi yang bersifat persuasif atau mendidik khalayak melalui media periklanan agar pengetahuannya bertambah, menumbuhkan kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang disampaikan.

Kemunculan iklan layanan masyarakat dipicu oleh kondisi sosial di suatu negara atau masyarakat yang tengah menghadapi permasalahan sosial tertentu. Akibatnya, sebagian besar pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut cenderung bersifat sosial. Pesatnya perkembangan teknologi, iklan layanan masyarakat tidak hanya ada pada media cetak saja tetapi sudah mengikuti perkembangan zaman salah satu mediana yaitu melalui kanal YouTube.

Saat ini, setiap individu memiliki kemampuan untuk mengakses internet secara bebas, memungkinkan mereka dengan mudah mendapatkan berbagai informasi, termasuk melalui *platform* seperti YouTube. Miller (2009:3) mengungkapkan bahwa YouTube dikenal sebagai platform atau komunitas berbagi video, di mana pengguna dapat mengunggah dan menonton berbagai jenis video secara *online*. Selain sebagai media sosial, Ekohandito dan Luthfiyyah (2023:418) menyebutkan bahwa YouTube juga adalah platform media sosial yang difokuskan pada penyajian konten dalam bentuk audiovisual.

3. Keterampilan Menulis

Istilah menulis bukanlah sesuatu yang tidak dikenal. Menulis merupakan satu dari empat keterampilan berbahasa yang wajib diperoleh. Di bawah ini adalah penjelasan mengenai konsep menulis.

a. Hakikat Keterampilan Menulis

Menulis dapat dianggap sebagai komponen dari keterampilan yang diajarkan dalam mata pelajaran bahasa Indonesia. Tarigan (2008:22) berpendapat bahwa menulis ialah menurunkan atau melukiskan lambang-lambang grafik yang menggambarkan suatu bahasa yang dipahami oleh seseorang, sehingga orang lain dapat membaca lambang tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Kasupardi dan Supriatna (2010:5) bahwa menulis merupakan suatu proses menyusun, mencatat, dan mengomunikasikan dengan menggunakan lambang-lambang (huruf) serta dapat menampung ide atau gagasan yang menghibur, memberi informasi, dan menambah wawasan. Dalman (2018:4) juga menjelaskan bahwa menulis diartikan sebagai kegiatan merangkai huruf menjadi kata atau kalimat untuk disampaikan kepada orang lain, sehingga orang dapat memahaminya.

Sedangkan Rofii, dkk (2019:31) menyatakan bahwa menulis adalah kegiatan yang membutuhkan pengetahuan yang luas dan kompleks. Kemampuan menulis tidak dapat diperoleh dengan sendirinya, tetapi harus melalui praktik dan latihan yang berulang dalam menulis. Sebuah tulisan yang baik memiliki alur, isi dan kebahasaan yang baik. Dari segi susunan, tulisan yang baik memiliki alur berpikir yang teratur dan logis. Dari segi isi, tulisan yang baik mengandung informasi yang akurat dan dapat

dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dari segi bahasa, sebuah komposisi yang baik menggunakan ejaan yang benar, kosa kata yang beragam, kalimat yang efektif, dan paragraf yang terpadu.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa menulis merupakan suatu kegiatan menciptakan, melahirkan, mengungkapkan pikiran atau perasaan dengan menurunkan atau melukiskan lambang-lambang grafik menjadi suatu catatan atau informasi pada suatu media sehingga dapat dilihat dan dibaca.

b. Tujuan Menulis

Tujuan yang umumnya dimaknai sebagai arah, maksud atau tuntutan, adalah respon atau jawaban yang akan diperoleh sebagai hasil dari aktivitas membaca. Hugo Hartig (Tarigan 2008:25) menjelaskan tujuan menulis dirangkum sebagai berikut.

1) Tujuan Penugasan (*Assignment Purpose*)

Tujuan ini hanya karena ditugaskan, bukan atas dasar keinginan diri sendiri. Misalnya ketika seorang peserta didik ditugaskan untuk merangkum ataupun seorang sekretaris yang hanya melaksanakan tugasnya menjadi notulen saat rapat.

2) Tujuan Altruistik (*Altruistic Purpose*)

Pada bagian ini penulis memiliki tujuan untuk menyenangkan pembaca. Tujuan ini dapat dikatakan sebagai keterbacaan sebuah tulisan. Karena penulis ingin menghindarkan pembaca dari kedukakaan, memudahkan pembaca untuk memahami, dan ingin menyenangkan pembaca dengan karyanya.

3) Tujuan Persuasif (*Persuasive Purpose*)

Pada bagian ini penulis menyampaikan pendapat dan pandangannya mengenai suatu hal. Oleh karena itu, penulis berupaya untuk meyakinkan pembaca atas kebenaran gagasan yang disampaikan.

4) Tujuan Informasional, Tujuan Penerangan (*Informational Purpose*)

Penulis berupaya untuk memberikan informasi atau penerangan kepada pembaca. Pada dasarnya setiap tulisan ditujukan untuk memberikan informasi kepada pembaca. Oleh karena itu, tujuan informasional ini menjadi salah satu tujuan menulis yang paling utama.

5) Tujuan Pernyataan Diri (*Self-Expressive Purpose*)

6) Penulis berupaya untuk mengenalkan atau menyatakan diri kepada para pembaca. Selain itu, menulis yang bertujuan untuk pernyataan diri biasanya

berisi tentang penegasan dari apa yang diperbuat. Bentuk dari tulisan ini yaitu surat perjanjian ataupun surat pernyataan.

7) Tujuan Kreatif (Creative Purpose)

Tujuan ini erat kaitannya dengan tujuan pernyataan diri, hanya saja “keinginan kreatif” melebihi dari memperkenalkan diri. Hal ini juga bertujuan untuk mencapai nilai-nilai artistik.

8) Tujuan Pemecahan Masalah (Problem-Solving Purpose)

Penulis berupaya untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Penulis mencermati gagasan-gagasannya secara cermat agar dapat dimengerti oleh pembaca.

Sedangkan Dalman (2018:13) meninjau dari sudut kepentingan pengarang, tujuan menulis dapat dirumuskan sebagai berikut: tujuan penugasan, tujuan estetis, tujuan penerangan, tujuan pernyataan diri, tujuan kreatif, dan tujuan konsumif.

Berdasarkan kedua pendapat para ahli tersebut, meskipun terdapat variasi dalam penjelasan dan klasifikasi, keduanya setuju bahwa menulis memiliki beragam tujuan, mulai dari memenuhi tugas, menghibur, memberikan informasi, menyampaikan pendapat, hingga mengekspresikan diri secara kreatif.

1. Manfaat Menulis

Menulis bukan sekadar aktivitas yang dilakukan tanpa tujuan, melainkan memiliki sejumlah manfaat yang dapat dinikmati oleh penulisnya. Dr. James W. Pennebaker (Kusmayadi 2007:14) menyatakan bahwa:

menulis memiliki manfaat sebagai berikut: menulis menjernihkan pikiran; menulis mengatasi trauma; menulis membantu dalam mendapatkan dan mengingat informasi baru; menulis membantu memecahkan masalah; dan menulis bebas membantu kita ketika kita terpaksa harus menulis.

Sementara Dalman (2018:6) berpendapat bahwa menulis memiliki beberapa manfaat, di antaranya sebagai berikut: peningkatan kecerdasan; pengembangan daya

inisiatif dan kreativitas; penumbuhan keberanian; pendorongan kemauan dan kemampuan mengumpulkan informasi.

Dari kedua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa menulis memiliki beragam manfaat yang meliputi meningkatkan kejernihan pikiran, membantu mengatasi trauma, memfasilitasi penerimaan dan penyimpanan informasi baru, serta membantu dalam proses pemecahan masalah. Selain itu, menulis juga dapat meningkatkan kecerdasan, mendorong inisiatif dan kreativitas, menumbuhkan keberanian, serta memperkuat kemauan dan kemampuan untuk mengumpulkan informasi. Dengan demikian, menulis tidak hanya merupakan aktivitas yang memenuhi kebutuhan praktis, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada perkembangan mental dan kreativitas individu.

4. Teks Persuasi

a. Pengertian Teks Persuasi

Teks persuasi adalah salah satu teks yang isinya berupa ajakan kepada pembaca. Menurut Wibowo dan Hendriyani (2018:16) mengemukakan bahwa teks persuasi yaitu teks yang berisi ajakan atau bujukan. Pernyataan-pernyataan di dalam teks tersebut mendorong untuk mengikuti harapan atau keinginan-keinginan penulis. Sedangkan pengertian teks persuasi menurut Khoerunnisa, dkk (2019:591) adalah paragraf yang isinya berupa ajakan atau bujukan kepada masyarakat untuk melakukan apa yang penulis ungkapkan. Berdasarkan penjelasan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa teks persuasi adalah teks yang membuat sebuah produk berupa

tulisan persuasi yang isinya berupa ajakan atau bujukan kepada pembaca agar mau mengikuti kemauan ide dari penulis.

b. Struktur Teks Persuasi

Teks persuasi merupakan jenis teks yang memiliki struktur seperti jenis teks lainnya. Menurut Kosasih (2017:186) menyebutkan bahwa struktur teks persuasi sebagai berikut.

- 1) Pengenalan isu, yakni berupa pengantar atau penyampaian tentang masalah yang menjadi dasar tulisan atau pembicaraannya itu.
- 2) Rangkaian argumen, yakni berupa sejumlah pendapat penulis/pembicara terkait dengan isu yang dikemukakan pada bagian sebelumnya. Pada bagian ini dikemukakan pula sejumlah fakta yang memperkuat argument-argumen itu.
- 3) Pernyataan ajakan, yakni sebagai inti dari teks persuasi yang didalamnya dinyatakan dorongan kepada pembaca/pendengarnya untuk melakukan Sesutu. Pernyataan itu mungkin disampaikan secara tersurat atau tersirat. Adapun kehadiran argumen berfungsi untuk mengarahkan dan memperkuat ajakan-ajakan itu.
- 4) Penegasan kembali atas pernyataan-pernyataan sebelumnya, yang biasanya ditandai oleh ungkapan-ungkapan seperti demikianlah, dengan demikian, oleh karena itulah.

Sedangkan menurut Wibowo dan Hendriyani (2018:17) menyebutkan bahwa struktur teks persuasi sebagai berikut.

- 1) Pengenalan isu, yaitu pengantar permasalahan.
- 2) Rangkaian argumen, yaitu pendapat penulis atau fakta-fakta.
- 3) Pernyataan ajakan, yaitu dorongan atau ajakan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa struktur teks persuasi pada umumnya memiliki empat struktur yaitu terdiri dari pengenalan isu, rangkaian argumen, pernyataan ajakan dan penegasan kembali.

c. Kaidah Kebahasaan Teks Persuasi

Selain memiliki struktur, teks persuasi juga mempunyai aspek kebahasaan. Menurut Kosasih (2017:189) kaidah-kaidah kebahasaan teks persuasi adalah sebagai berikut.

- 1) Menggunakan kata-kata teknis atau peristilahan yang berkenaan dengan topik yang dibahas. Berkaitan dengan permasalahan remaja, digunakan kata-kata yang relevan dengan kata-kata itu seperti *teknologi, internet, reproduksi, aborsi*.
- 2) Menggunakan kata-kata penghubung yang argumentatif. Misalnya, *jika, sebab, karena, dengan demikian, akibatnya, oleh karena itu*.

Sedangkan menurut Kosasih dan Kurniawan (2018:148) menerangkan bahwa kaidah kebahasaan terdiri dari beberapa bagian sebagai berikut.

- 1) Ditandai dengan kata-kata *harus, hendaknya, sebaiknya, usahakanlah, jangan, hindarilah dan sejenisnya*. Selain itu juga sering ditandai dengan menggunakan kata-kata *penting, harus, sepantasnya dan kata kerja imperatif*.
- 2) Menggunakan kata-kata teknis atau peristilahan yang berkenaan dengan topik yang dibahas.
- 3) Menggunakan kata-kata penghubung yang argumentatif. Misalnya, *jika, maka, sebab, karena, dengan demikian, akibatnya, oleh karena itu*.
- 4) Menggunakan kata-kata kerja mental, seperti *diharapkan, memprihatinkan, memperkirakan, mengagumkan, menduga, berpendapat, berasumsi, menyimpulkan*.
- 5) Menggunakan kata-kata rujukan, seperti *berdasarkan data, merujuk pada pendapat*.

Menurut para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa kaidah-kaidah kebahasaan teks persuasi yaitu menggunakan kata teknis, kata penghubung argumentatif, kata kerja mental dan kata kerja imperatif, kata ajakan atau bujukan.

d. Langkah-Langkah Menulis Teks Persuasi

Penulis harus memahami struktur dan aspek kebahasaan sebelum menulis teks persuasi. Setelah konsep dasar menulis dimiliki oleh setiap penulis, langkah-langkah yang harus ditempuh dalam menyajikan teks persuasi menurut Kosasih (2017:196) adalah sebagai berikut.

- 1) Penyiapan bujukan atau ajakan, mempersiapkan bujukan atau ajakan merupakan langkah pertama dalam membuat teks persuasi. Bujukan atau ajakan inilah yang berfungsi sebagai tema utama.
- 2) Mencatat perincian-perincian yang mengarahkan pada ajakan itu yang berupa pendapat/fakta.
- 3) Menyusun pendapat, fakta dan rumusan ajakan sesuai dengan struktur teks persuasi.

Sedangkan langkah-langkah menulis teks persuasi menurut Darmawati (2022:52) sebagai berikut.

- 1) Menentukan Topik
Untuk menulis teks persuasi harus ditentukan dahulu topik yang akan dibahas dalam teks.
- 2) Menentukan Tujuan
- 3) Setiap teks persuasi mempunyai tujuan. Tujuan utama setiap teks persuasi yaitu meyakinkan pembaca dan pendengar. Buatlah tujuan jelas dan masuk akal untuk bisa dipercayai oleh pembaca dan pendengar.
- 4) Membuat Kerangka Teks
- 5) Kerangka teks dibuat sedemikian rupa sehingga terdapat koherensi antara satu kalimat dengan kalimat lainnya. Kerangka akan memandu seorang penulis mengembangkan teks atau karangannya. Kerangka teks atau karangan dapat dibuat lebih terperinci atau secara garis garis besar.
- 6) Mengumpulkan Data
- 7) Setelah semua siap, saatnya dilakukan pengumpulan data. Data tepat dan akurat membantu pembaca dan pendengar untuk percaya pada kita.
- 8) Menyusun Teks
- 9) Tahap terakhir yaitu menyusun teks sesuai dengan topik, tujuan, kerangka dan fakta yang sudah dikumpulkan. Gunakan pemilihan kata yang mudah agar meyakinkan para pembaca dan pendengar.

Menurut pendapat para ahli yang telah dipaparkan dapat saya simpulkan mengenai langkah-langkah Menyusun teks persuasi adalah sebagai berikut.

1) Menentukan topik

Menentukan topik berarti menentukan dasar atau ide pokok tulisan sebelum membuat kerangka teks. Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menentukan topik yaitu mengamati lingkungan sekitar, mencari informasi melalui internet, membaca buku maupun media massa ataupun berbicara dan berdiskusi dengan orang lain.

2) Menentukan tujuan

Setiap paragraf persuasi harus punya tujuan. Tujuan utama setiap paragraf persuasi adalah meyakinkan pembaca. Oleh karena itu, buat tujuan yang jelas dan masuk akal agar mampu memunculkan rasa percaya pada pembaca.

3) Membuat kerangka paragraf

Setelah mempunyai topik dan tujuan yang akan dibahas, saatnya Menyusun suatu kerangka paragraf. Adapun penulisan kerangka paragraf dibentuk agar paragraf lebih simetris serta logis. Buat kerangka seperti pengembangan sebab akibat.

4) Mengumpulkan data

Data yang konkret dan tepat mampu menumbuhkan rasa percaya pada pembaca. Oleh karena itu, cari data semaksimal mungkin serta jangan sampai data itu kurang konkret.

5) Menyusun teks

Setelah seluruh data dikumpulkan, inilah tahap terakhir yaitu Menyusun teks atau mengembangkan teks yang sudah dikumpulkan sesuai dengan struktur dan kaidah kebahasaan teks persuasi.

e. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Menyajikan Teks Persuasi

Kemampuan menulis teks persuasi bukan hanya bergantung pada keterampilan dasar menulis, tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor penting yang dapat memperkuat efektivitas pesan yang disampaikan. Menurut Effendy (2003:12) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kemampuan menulis teks persuasi adalah sebagai berikut:

- 1) Paparan terhadap Konten Persuasi
Melihat konten persuasi seperti iklan layanan masyarakat secara sering memberikan penulis contoh tentang cara menyusun pesan yang efektif dan teknik-teknik persuasi yang bisa diterapkan dalam teks mereka.
- 2) Penguasaan Teknik Persuasi
- 3) Paparan terhadap berbagai bentuk persuasi, termasuk iklan, artikel opini, dan kampanye, membantu penulis memahami dan mengadopsi berbagai teknik persuasi, seperti penggunaan argumen logis, emosional, dan data.
- 4) Adaptasi Gaya Penulisan
- 5) Menonton iklan layanan masyarakat dan konten persuasif lainnya dapat mempengaruhi cara penulis menyesuaikan gaya penulisan mereka untuk membuat teks persuasi lebih menarik dan efektif.
- 6) Peningkatan Kreativitas
- 7) Eksposur terhadap berbagai format dan pendekatan dalam media persuasi dapat merangsang kreativitas penulis dalam menyusun teks persuasi yang inovatif.
- 8) Pemahaman Audiens
- 9) Melihat bagaimana pesan disesuaikan dengan berbagai audiens dalam iklan dan kampanye membantu penulis menyesuaikan teks persuasi mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens mereka.

Sedangkan menurut Mulyana (2008:48) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kemampuan menulis teks persuasi meliputi:

- 1) Paparan Konten Persuasi
Sering terpapar pada berbagai jenis konten persuasi, seperti iklan layanan masyarakat, artikel opini, atau kampanye media, membantu penulis memahami dan mengadaptasi teknik persuasi yang efektif dalam teks mereka.
- 2) Pengalaman dan Latihan
- 3) Pengalaman menulis dan latihan dalam menyusun teks persuasi dapat meningkatkan keterampilan. Semakin sering seseorang berlatih, semakin terampil mereka dalam menggunakan teknik persuasi yang tepat.
- 4) Pemahaman Audiens
- 5) Mengetahui karakteristik dan kebutuhan audiens yang menjadi target dari teks persuasi sangat penting. Ini memungkinkan penulis untuk menyesuaikan pesan agar lebih relevan dan persuasif.
- 6) Pengetahuan tentang Teknik
- 7) Pengetahuan mengenai berbagai teknik persuasi, seperti penggunaan argumen logis, data statistik, dan elemen emosional, mempengaruhi efektivitas teks persuasi.
- 8) Kreativitas dalam Penyampaian Pesan
- 9) Kreativitas dalam menyusun pesan dan memilih format yang sesuai dapat meningkatkan daya tarik teks persuasi. Ini termasuk penggunaan elemen visual dan narasi yang menarik.

Dari kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kemampuan menulis teks persuasi yang efektif sangat dipengaruhi oleh paparan terhadap konten persuasi di media, seperti iklan layanan masyarakat, serta pemahaman dan penguasaan teknik persuasi yang mendalam. Selain itu, keduanya juga menekankan pentingnya pengalaman, latihan, dan kreativitas dalam menyesuaikan pesan sesuai dengan audiens target, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas teks persuasi.

B. Temuan Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian dengan judul “Korelasi Intensitas Menonton YouTube Konten Komedi Terhadap Keterampilan Menulis Teks Anekdote (Deskriptif Korelasional pada Peserta Didik Kelas X SMK Terpadu Bojongnangka)” yang dilakukan oleh Desiti Khoiriyah Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi Tahun 2019. Relevansi antara penelitian Desiti Khoiriyah dengan penelitian yang akan peneliti laksanakan yakni memiliki kesamaan dalam jenis penelitiannya. Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini juga merupakan penelitian dengan analisis korelasional yang kemudian diinterpretasikan dengan analisis deskriptif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya. Objek penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu peserta didik kelas VIII SMP Negeri 1 Mangunreja, sedangkan penelitian Desiti Khoiriyah objek penelitiannya yaitu peserta didik kelas X SMK Terpadu Bojongnangka. Kemudian fokus penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai korelasi intensitas menonton YouTube konten iklan layanan masyarakat dengan kemampuan menulis teks persuasi, sedangkan penelitian yang dilakukan Desiti Khoiriyah fokus pada korelasi intensitas menonton YouTube konten komedi terhadap kemampuan menulis teks anekdot.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Desiti Khoiriyah menyatakan bahwa tingkat intensitas menonton YouTube konten komedi peserta didik kelas X SMK Terpadu Bojongnangka berada pada kategori rendah. Kemudian tingkat kemampuan menulis teks anekdot peserta didik kelas X SMK Terpadu Bojongnangka jika

menonton YouTube konten komedi berada pada kategori tinggi. Selanjutnya terdapat korelasi positif dan signifikan antara intensitas menonton YouTube konten komedi dengan keterampilan menulis teks anekdot peserta didik kelas X SMK Terpadu Bojongnangka.

Penelitian lain dengan judul “Penggunaan Media Video Iklan Layanan Masyarakat di Kanal YouTube terhadap Pembelajaran Menulis Paragraf Persuasi Peserta didik di Sekolah Menengah Pertama” yang dilakukan oleh Elbananda Melati Putri, Wienike Dinar Pratiwi dan Een Nurhasanah. Relevansi antara penelitian Elbananda Melati Putri, Wienike Dinar Pratiwi dan Een Nurhasanah dengan penelitian yang akan peneliti laksanakan yaitu terletak pada media yang digunakan untuk mencari pengaruh terhadap keterampilan menulis teks persuasi, yaitu iklan layanan masyarakat. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya. Objek penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu peserta didik kelas VIII SMP Negeri 1 Mangunreja, sedangkan penelitian Elbananda Melati Putri, Wienike Dinar Pratiwi dan Een Nurhasanah objek penelitiannya yaitu peserta didik kelas VIII SMPN 3 Cikarang Timur. Kemudian jenis penelitian pun berbeda. Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini juga merupakan penelitian deskriptif korelasional. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan oleh ananda Melati Putri, Wienike Dinar Pratiwi dan Een Nurhasanah yaitu metode pre-experimental desain.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Elbananda Melati Putri, Wienike Dinar Pratiwi dan Een Nurhasanah menyatakan bahwa hasil pretest kemampuan menulis teks

persuasi oleh peserta didik kelas VIII SMPN 3 Cikarang Timur berada pada kategori cukup. Kemudian hasil posttest kemampuan menulis teks persuasi oleh peserta didik kelas VIII SMPN 3 Cikarang Timur berada pada kategori baik. Selanjutnya Elbananda Melati Putri, Wienike Dinar Pratiwi dan Een Nurhasanah menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh media video iklan layanan masyarakat terhadap kemampuan menulis teks persuasi oleh peserta didik kelas VIII SMPN 3 Cikarang Timur Tahun Ajaran 2021/2022.

C. Anggapan Dasar

Hasil kajian teoretis tersebut, penulis dapat merumuskan anggapan dasar sebagai berikut:

1. Menyajikan kembali teks persuasi merupakan salah satu kompetensi dasar yang harus dimiliki oleh peserta didik berdasarkan Kurikulum 2013 Revisi.
2. Salah satu faktor penentu keberhasilan menulis teks persuasi yaitu media YouTube konten iklan layanan masyarakat.

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teoretis dan anggapan dasar, maka hipotesis penelitian yaitu sebagai berikut.

H_a : terdapat korelasi antara intensitas menonton YouTube konten iklan layanan masyarakat dengan keterampilan menyajikan teks persuasi.