

Analisis Kemampuan Memahami Teks Iklan Peserta Didik ADHD di SMP Negeri 161 Jakarta

Indah Hapsari¹, Aida Sumardi²

^{1,2} Program Studi S1 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas
Muhammadiyah
Jl. KH. Ahmad Dahlan Cirendeu

Email: hapsariindah30@gmail.com

Abstract: *Learning Indonesian is introduced to students with the aim of training them to master the language by expressing their thoughts and ideas creatively and critically. Learning Indonesian is basically teaching students good and correct Indonesian language skills. Language learning occurs at all levels of education and is tested. Every educator has achievements in every learning outcome for all his students, without exception, students with a background in Children with Special Needs (ABK) who in this study fall into the category of ABK type Attention Deficit Hyperactivity Disorder (ADHD) which is measured by their ability to understand text learning material. advertising using qualitative methods, namely collecting data by observation and writing it down with an explanation according to the results. This research aims to determine the extent to which ADHD students understand advertising text material using their 4 language skills. From the research results, it is proven that ADHD students are quite good at understanding advertising text material, seen from the work of ADHD students, namely answering questions and creating advertisements.*

Keywords: *indonesian, ABK, ADHD.*

Abstrak: Pembelajaran bahasa Indonesia diperkenalkan kepada peserta didik dengan tujuan guna melatih mereka menguasai bahasa dengan cara mengungkapkan pikiran dan gagasannya secara kreatif dan kritis. Pembelajaran bahasa Indonesia pada dasarnya adalah mengajarkan peserta didik kemampuan berbahasa Indonesia yang baik dan benar. Pembelajaran bahasa berada pada semua tingkatan pendidikan dan diujikan. Setiap pendidik memiliki pencapaian dalam setiap hasil pembelajaran untuk semua anak didiknya, tanpa terkecuali peserta didik dengan latar belakang Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) yang dalam penelitian ini masuk dalam katagori ABK jenis Attention Deficit Hyperactivity Disorder (ADHD) yang diukur kemampuannya dalam memahami mater pembelajaran teks iklan dengan menggunakan metode kualitatif yakni mengumpulkan data dengan observasi dan menuliskannya dengan penjabaran sesuai hasil. Penelitan tersebut bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peserta didik ADHD dalam memahami materi teks iklan dengan 4 kemampuan berbahasanya. Dari hasil penelitian dibuktikan bahwa peserta didik ADHD cukup dalam memahami materi teks iklan dilihat dari hasil kerja peserta didik ADHD yakni menjawab soal dan membuat iklan.

Kata kunci: bahasa Indonesia, ABK, ADHD.

1. PENDAHULUAN

Pembelajaran bahasa Indonesia adalah suatu proses kegiatan penyajian informasi dengan sarana komunikasi yang membantu peserta didik agar dapat meningkatkan kemampuannya dalam berkomunikasi secara lisan dan tertulis, serta menghargai karya cipta bangsa Indonesia. Pembelajaran bahasa Indonesia di sekolah menempati posisi yang strategis karena keberadaannya berkaitan dengan

pelajaranpelajaran lainnya. Hal ini dikarenakan pada dasarnya setiap pembelajaran (kecuali pelajaran bahasa) selalu menggunakan bahasa Indonesia dan juga didukung oleh peran guru mata pelajaran yang lainnya, tidak hanya guru bahasa Indonesia saja. Menurut Atmazaki (dalam Khair, 2018: 9), mata pelajaran bahasa Indonesia bertujuan agar peserta didik mampu berkomunikasi secara efektif dan efisien sesuai dengan etika yang berlaku, baik lisan maupun tulisan, dengan rasa hormat dan bangga menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan dan bahasa negara, memahami bahasa Indonesia dan memanfaatkannya secara tepat dan kreatif untuk berbagai tujuan, menggunakan bahasa Indonesia untuk meningkatkan kemampuan intelektual, serta kematangan emosi dan sosial, penghayatan dan pemanfaatan karya sastra guna memperluas wawasan, budi pekerti, serta meningkatkan pengetahuan dan kemampuan berbahasa, dan menghargai dan membanggakan sastra Indonesia sebagai khazanah budaya dan intelektual manusia Indonesia.

Ulhaq (2021: 3) menjelaskan bahwa pembelajaran bahasa Indonesia sebagai salah satu mata pelajaran di sekolah memiliki peranan yang sangat penting bukan hanya untuk membina keterampilan berkomunikasi melainkan juga untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Dalam konteks sekolah, bahasa yang dipelajari oleh peserta didik bukan untuk memenuhi tuntutan dalam pembelajaran bahasa Indonesia semata melainkan digunakan sebagai alat untuk mendapatkan atau mempelajari ilmu pengetahuan lain yang dipelajari oleh peserta didik di sekolah. Pembelajaran bahasa Indonesia pada semua tingkatan menekankan pada aspek keterampilan berbahasa, meliputi empat aspek, yaitu menyimak, berbicara, membaca, dan menulis. Keempat keterampilan tersebut saling melengkapi satu sama lain untuk mencapai keberhasilan tujuan pembelajaran. Bahasa Indonesia merupakan mata pelajaran wajib yang diajarkan dari TK sampai perguruan tinggi, pembelajaran bahasa Indonesia meliputi empat keterampilan berbahasa yaitu menyimak, berbicara, membaca dan menulis. Selain itu, pembelajaran bahasa Indonesia juga bertujuan menanamkan dan menumbuhkan rasa cinta dan bangga terhadap bahasa Indonesia serta membina sikap dan kepribadian peserta didik yang berkarakter dalam kehidupan sehari-hari (Sumardi, 2019:2). Dalam pembelajaran bahasa Indonesia terdapat beberapa materi ajar yang perlu diulas secara mendalam. Salah satunya adalah materi ajar teks iklan yang terdapat dalam kelas VIII semester ganjil. Materi teks iklan masuk ke dalam dua Kompetensi Dasar (KD), yaitu KD 3.3 dan KD 3.4. Teks iklan merupakan teks yang berisi penawaran suatu produk dalam bidang barang atau jasa yang biasanya disebarluaskan lewat media sosial, ditempel di suatu tempat tertentu ataupun ditawarkan secara langsung kepada konsumen. Capaian tersebut juga diharapkan untuk peserta didik dengan latar belakang Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) dengan katagori *attencion deficit hyperactivity disoreder* (ADHD) pada salah satu peserta didik kelas VIII B di SMP Negeri 161 Jakarta. Sesuai data psikolog, peserta didik ADHD tersebut cukup dalam menyerap informasi atau suatu berita yang terjadi di lingkungan. Namun, ia kurang memiliki kemampuan untuk hal-hal yang disampaikan melalui kata-kata yang logis dan tepat. Permasalahan itulah yang menjadi perhatian khusus bagi pendidik dalam proses pembelajaran. Maka dalam hal ini, peneliti memilih teks iklan sebagai bahan penelitian karena dalam teks iklan menggunakan kalimat persuasif (ajakan) dan imperatif (perintah), sehingga susunanan kalimat tersebut menjadi ajaib dan menarik. Kurangnya peserta didik tersebut untuk memahami hal-hal yang disampaikan melalui kata- kata inilah kemudian menjadi tantangan bagaimana melatih kemampuannya dalam hal memahami kata-kata.

2. METODE PENELITIAN

Metode pada penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Sugiyono, (2019: 17) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi alamiah (natural setting), disebut juga sebagai metode *etnographi*, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya. Disebut juga metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Pada metode

kualitatif, peneliti melakukan observasi peserta didik serta wawancara guru bahasa Indonesia di SMP Negeri 161 Jakarta. Observasi dilakukan beberapa kali dengan observasi awal yang kemudian dilanjutkan dengan menyusun hasil penelitian. Observasi disertai hasil catatan lapangan serta

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Subjek utama dalam penelitian ini adalah seorang peserta didik di SMP Negeri 161 Jakarta yang berdasarkan asesmen oleh ahli pada saat masuk sekolah dinyatakan menyandang *attention deficit hyperactivity disorder* (ADHD). Menurut Putra (2022: 72), *attention deficit hyperactivity disorder* (ADHD) adalah gangguan pada fungsi otak yang memengaruhi kemampuan penyandanganya untuk berkonsentrasi dan memusatkan fokus. Peserta didik tersebut adalah RYS. RYS merupakan inisial nama dari seorang anak laki-laki yang duduk di kelas VIII C SMP dan berusia 15 Tahun. Berdasarkan hasil observasi, RYS merupakan anak yang cenderung pemalu dan tidak percaya diri. RYS jarang berinteraksi dengan teman-temannya pada saat jam istirahat. RYS lebih sering terlihat sendiri dan hanya bergabung ketika di ajak interaksi oleh temannya. RYS juga sangat jarang terlihat bermain pada jam istirahat seperti kebanyakan temannya yang bermain bola di lapangan atau makan bersama melingkar di aula. RYS kerap kali melakukan kegiatan sendiri dan bertindak semaunya, seperti berlari di koridor sekolah dan keluar masuk kelas tanpa izin terlebih dahulu kepada guru. RYS masih sulit untuk mengekspresikan atau mengungkapkan apa yang ada di kepalanya kepada orang lain. Oleh karena itu, peran guru sangat penting untuk meningkatkan rasa percaya diri RYS.

3.1 Kemampuan Memahami

Annas (dalam Aprinawati, 2018: 4) menjelaskan bahwa memahami yaitu mengetahui sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai sudut. Memahami adalah kemampuan untuk menghubungkan atau mengasosiasikan informasi-informasi yang dipelajari menjadi satu gambar yang utuh di otak kita. Dengan kata lain, pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dewi (2020: 4) menjelaskan, pengertian teks iklan menurut para ahli pada umumnya mengacu pada penjelasan umum bahwa teks iklan ialah jenis teks yang memiliki tujuan mempromosikan sesuatu kepada orang lain. Teks iklannya sendiri mempunyai ciri-ciri dalam penggunaan bahasa yang terdengar persuasif yang terkesan membujuk.

Rahman (2017: 60-61) menyebutkan, ciri-ciri kebahasaan teks iklan yaitu 1) menggunakan slogan berupa kata-kata atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menyampaikan sesuatu. 2) kalimat persuasif, yakni kalimat yang memiliki tujuan untuk menawarkan, meyakinkan dan membujuk masyarakat untuk menjalankan atau menerima gagasan penulis terhadap suatu hal. Contohnya “murah, cepat dan handal”. 3) menggunakan subjek orang pertama, teks iklan seringkali menggunakan subjek orang pertama tunggal atau jamak, seperti aku, saya, dan kami untuk mengubah pihak atau agensi periklanan. 4) memiliki gambar yang menarik. Selain menggunakan slogan serta persuasif untuk menarik minat pembeli, pada umumnya iklan akan menyertai sebuah gambar dari produk yang ditawarkan.

Teks iklan memiliki ciri umum yaitu informatif, komunikatif, bahasanya padat dan singkat serta gambar dan tulisan yang menarik. Teks iklan ditujukan untuk mengajak seseorang atau khalayak untuk membeli atau menggunakan jasa tertentu yang disebarluaskan melalui banyak laman internet ataupun di lingkungan sekitar. Pada pembelajaran teks iklan, peserta didik dituntut untuk memahami setiap struktur yang terdapat dalam teks iklan. Pembelajaran teks iklan juga bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam bidang usaha. Bahkan, di sekolah tersebut juga ada kegiatan tambahan entrepreneurship atau kewirausahaan yang sudah

pasti membutuhkan sebuah iklan untuk menawarkan produk yang dijual. Kemampuan memahami teks iklan peserta didik kelas VIII B, RYS mencakup pada aspek atau fokus utamanya dalam kemampuan berbahasa.

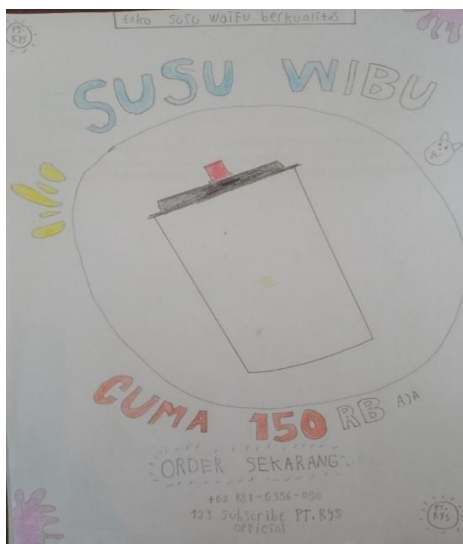
Kemampuan tersebut menjadi tolak ukur utama atau cara untuk mengetahui sejauh mana RYS memahami teks iklan. Pada hasil observasi, RYS yang menyandang *attention deficit hyperactivity disorder* (ADHD) tidak memiliki perbedaan dengan peserta didik lainnya jika dilihat dari segi fisiknya. Namun, jika dalam proses dialog RYS menunjukkan adanya kelainan yang membuatnya lebih bingung dalam berbicara. RYS juga menunjukkan *gesture* tubuh yang aktif, seperti menggaruk-garuk kepala ketika merasa bingung, menunduk tidak percaya diri, raut wajah yang mudah berubah serta sikap atau perilaku lain yang tidak bisa ditebak.

3.1.1 Kemampuan Berbicara

Dari hasil penelitian atau pengambilan data yang dilakukan selama 2 hari menunjukkan bahwa kemampuan berbicara RYS dalam menjelaskan ulang teks iklan yang ia buat kurang dan tidak sesuai dengan isi teks. RYS cenderung ragu dan tidak bisa menjelaskan tentang teks iklan yang ia buat walaupun sudah didampingi. RYS lebih mudah menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sederhana saja terkait hal di luar pembelajaran. Dalam materi teks iklan, RYS masih kesulitan menjabarkan isi teks terkait gambar, struktur kalimat, serta kesesuaian iklan. Namun, RYS mampu menjawab pertanyaan dari definisi teks iklan secara singkat, "Teks iklan itu yang dipakai untuk promosi makanan supaya banyak yang beli". Singkatnya. Dalam hal ini, RYS dinyatakan kurang dalam kemampuan berbicara nya sesuai dengan aspek penilaian dan hasil wawancara terkait isi teks iklan yang ia buat sendiri.

3.1.2 Kemampuan Menulis

Untuk mengukur kemampuan memahami RYS tentang teks iklan juga dilihat dari kemampuan menuangkan kembali untuk menjelaskan teks iklan yang sudah ia buat. RYS menjawab pertanyaan sederhana tentang teks iklan, terutama berhubungan dengan teks iklan yang sebelumnya sudah ia buat. Jika dengan lisan RYS kurang mampu menjelaskan, maka dengan tulisan RYS cukup mampu menuangkan pemahamannya tentang teks iklan. Hanya saja, RYS tetap memerlukan pendampingan dalam proses pembelajaran teks iklan. Ukuran RYS dalam kemampuannya memahami teks iklan dilihat dari kemampuannya membuat teks iklan sebagai berikut.



Gambar 1. Teks Iklan

Dari hasil teks iklan yang dibuat dapat disimpulkan bahwa RYS memiliki hasil tulisan yang baik. Walaupun kurang tertata rapi, namun tulisan RYS termasuk lebih baik dari beberapa teman sebayanya. RYS masih banyak melakukan kesalahan dalam tulisan, seperti penggunaan huruf kapital dan tanda baca.

3.1.3 Kemampuan Menyimak

Dalam dokumentasi singkat yang disertai catatan lapangan, RYS sedang sibuk dengan hal lain di saat yang bersamaan pendidik sedang menjelaskan pelajaran. Khususnya pada pembelajaran teks iklan, RYS cukup baik memperhatikan guru karena pada materi tersebut terdapat banyak gambar yang berwarna sehingga cukup mampu menarik perhatian RYS. Kemampuannya dalam menyimak juga sejalan dengan interaksi yang dilakukan pendidik, yang mana guru menanyakan sedikit tentang apa itu teks iklan kepada RYS. RYS dapat menjawab walau dengan pengertian yang lebih sederhana seperti "*Buat jualan barang*" jawaban RYS juga bisa berubah ketika kembali ditanya tentang teks iklan seperti "*Yang ada di TV itu buat jualan makanan sama minuman*" atau sering pula RYS lupa jika ditanyai kembali. Hal tersebut berhubungan dengan daya ingat RYS yang sangat mudah berubah atau hilang (jangka pendek).

3.1.4 Kemampuan Membaca

Dari hasil dokumentasi singkat, RYS mampu membaca dengan sangat baik teks iklan yang tersaji dalam buku paket. RYS juga mampu membaca banyak bacaan dengan baik dan lancar. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa RYS mempunyai kemampuan membaca yang sangat baik. RYS dapat membaca tanpa bantuan orang lain dan tanpa terpenggal-penggal. Hanya saja, RYS masih belum terlalu paham mengenai jeda dalam setiap bacaan yang dibaca nya. Contohnya tanda baca titik (.) yang harusnya berhenti namun RYS tidak berhenti, tanda baca koma (,) yang menjadi jeda namun RYS tetap melanjutkan. RYS cenderung membaca sesuka hati tanpa memperhatikan tanda baca.

Upaya Guru

Sesuai dari hasil wawancara pada guru bahasa Indonesia kelas VIII mengatakan bahwa kesulitan belajar dialami setiap peserta didik dengan berbagai macam latar belakang. Sebagai pendidik, beliau mengatakan harus siap dengan segala keadaan yang akan dihadapi atau ditemui di dalam kelas. Setiap peserta didik pasti mengalami kesulitan yang berbeda-beda, terutama bagi peserta didik yang memiliki kebutuhan khusus. Dalam hal ini, seperti yang sudah dibahas sebelumnya bahwa subjek utama RYS memiliki keterbelakangan dengan jenis *attention deficit hyperactivity disorder* yang disingkat menjadi ADHD. Anak ADHD yang cenderung aktif dalam kesehariannya membuat pendidik sulit mendapatkan fokusnya ketika belajar.

Menurutnya, selaku guru Bahasa Indonesia RYS mengatakan bahwa setiap hari adalah adaptasi dan belajar bagi dirinya untuk menjadi pendidik yang lebih baik. Beliau harus memiliki keterampilan, kreatifitas serta kesabaran yang lebih untuk menyalurkan materi ke RYS agar dapat diterima walaupun tidak 100%. Beliau mempunyai upaya dalam mengatasi anak dengan gangguan hiperaktif seperti dengan cara menggunakan nada bicara yang bervariasi saat menjelaskan materi, menggunakan metode pembelajaran yang bervariasi, memberikan reward, menggunakan kontak fisik, dan mengatur tempat duduk anak. Kesesuaian itu terlihat dari peneliti secara langsung di sekolah, di mana ia memberikan reward berupa pujian kepada RYS yang sudah mengerjakan tugasnya dengan baik, seperti "hebat kamu" ia juga seringkali mengatur tempat duduk RYS agar tidak di situ-situ saja yang membuat RYS bosan, sehingga ia selalu mengacak tempat duduk setiap pertemuan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa RYS cukup mampu dalam memahami materi teks iklan. Hal tersebut telah dibuktikan RYS dalam proses pembelajaran yang diikuti oleh peneliti serta beberapa lembar kerja yang RYS selesaikan dengan cukup baik. Dengan demikian, latar belakang anak yang berkebutuhan khusus dengan diagnosa ADHD sebenarnya sangat mampu untuk mengikuti pembelajaran dan menguasai materi selama pendidik memiliki cara dan pendekatan yang baik. Tidak hanya untuk materi namun juga pendekatan untuk meningkatkan rasa percaya diri peserta ADHD tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Dyah A. R., Dwi, R. S., & Dhika, P. (2020). *Alih Kode Dan Campur Kode Pada Iklan di Akun Instagram Carubanid*. Jurnal Ilmu Pembelajaran, 7(2).
- Khair, Ummul. 2018. *Pembelajaran Bahasa Dan Sastra (BASASTRA) di SD Dan MI*. Jurnal AR-RIAYAH. Vol. 2. No. 1.
- Putra, Thomas. 2022. *Anak ADHD dan Cara Menanganinya*. Victory Pustaka Media. D.I.Yogyakarta.
- Rahman, Taufiqur. (2017). *Teks Dalam Kajian Struktur Dan Kebahasaan*. Semarang. CV. Pilar Nusantara.
- Sumardi, Aida. (2019). *Penggunaan Media Kartu Bergambar untuk Meningkatkan Keterampilan Menulis Narasi Siswa Kelas VII-I SMP Dharma Karya Ut*. Jurnal PenaLiterasi, 2(1).
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ulhaq, Dhiya, Oding Supriyadi, dan Dian Hartati. 2021. *Laras Bahasa Teks Iklan Produk Dan Jasa di Kota Jakarta Utara Sebagai Bahan Ajar Materi Teks Iklan di Kelas VIII Sekolah Menengah*

