

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Fenomena menurunnya prestasi belajar siswa di era teknologi menjadi persoalan utama bagi orang tua dan guru. Prestasi belajar siswa menurun karena siswa kesulitan menerima pembelajaran di sekolah. Prestasi belajar tidak hanya didapatkan di sekolah saja tetapi di luar sekolah. Pendidikan di luar sekolah biasanya berupa kegiatan bimbingan belajar. Bimbingan belajar sebagai upaya untuk memperbaiki prestasi belajar siswa yang menurun. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Herman Turnip *and others* yang menyatakan bimbingan belajar adalah suatu kegiatan yang dilakukan pada luar sekolah dan bertujuan untuk memberikan pendidikan terhadap siswa untuk meningkatkan prestasi dan hasil belajar.¹

Bimbingan belajar dilaksanakan secara tatap muka pada setiap proses bimbingan belajar. Setiap kegiatan bimbingan belajar, tutor akan menjelaskan materi kepada siswa secara langsung. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Prasetya dan Mulyaningtyas bahwa perlu disadari kegiatan pembelajaran merupakan media komunikasi antara pendidik dan peserta didik.² Tutor bisa mengulangi lagi pembahasan materi kepada

¹ Herman Alfredo Turnip *and others*, 'Penerapan Model PAKEM Pada Kursus Bimbingan Belajar Gratis Di SD Karya Bhakti Medan', *Indonesia Berdaya*, 3.2 (2022), 205–10 <<https://doi.org/10.47679/ib.2022203>>.

² Citra Ika Prasetya *and* Rahmawati Mulyaningtyas, 'Pengembangan Media Kelas Virtual Berbasis Blogspot Dalam Pembelajaran Membaca Cerpen Bagi Siswa Kelas Ix', *MARDIBASA: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1.2 (2021), 346–67 <<https://doi.org/10.21274/jpbsi.2021.1.2.346-367>>.

siswa. Siswa diberikan kebebasan untuk bertanya terkait materi pembelajaran. Dengan demikian, tutor bisa mengetahui seberapa jauh pemahaman siswa terhadap materi. Adapun contoh bimbingan belajar seperti Ganesha Operation, Primagama, Neutron, dll. Bimbingan belajar tidak hanya dilaksanakan secara tatap muka tetapi dilaksanakan secara daring.

Bimbingan belajar secara daring dilaksanakan secara tatap maya di setiap proses bimbingan belajar. Seorang tutor akan menjelaskan materi kepada anak didiknya lewat kelas *virtual*. Kelas *virtual* menggunakan aplikasi *zoom*, *google meet* untuk memulai pertemuan kelas virtual. Setiap pertemuan bimbingan belajar, tutor akan menjelaskan materi kepada siswa dengan menekan tombol *share screen*. Siswa bisa menekan *raise hand* untuk bertanya tentang materi pembelajaran. Tutor dan siswa bisa melakukan diskusi dengan lancar walaupun lewat kelas *virtual*. Selain terdapat kelas *virtual*, siswa bisa belajar secara mandiri lewat video pembelajaran. Video pembelajaran disediakan oleh para tutor Ruang Guru. Siswa dapat memutar video pembelajaran setiap saat tanpa adanya pembatasan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Bahar *and others* yang menyatakan jika materi sudah diunduh maka siswa dapat membaca dan mempelajari berulang kali kapan pun dan dimana pun.³ Salah satu bimbingan belajar secara daring yang ada di Indonesia adalah Ruang Guru.

³ Syafira Chusnaini Bahar and others, 'Pergeseran Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Bimbingan Konvensional Oleh Lembaga Bimbingan Online', *Universitas Negeri Surabaya 2022* |, 604 (2022), 604–10.

Ruang Guru sebagai sarana bimbingan belajar bagi siswa dan dilaksanakan secara daring. Ruang Guru memberikan kemudahan dalam mengakses materi. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Ulfa yang menyatakan bahwa Ruang Guru yaitu aplikasi pembelajaran yang berbasis jejaring sosial serta bimbingan belajar daring yang dapat dengan mudah diakses menggunakan *smartphone* dan *laptop* bagi siswa dan guru.⁴ Materi yang terdapat pada Ruang Guru telah disesuaikan dengan kurikulum yang ada. Ruang Guru juga menyediakan pembahasan soal yang mudah dipahami siswa. Adapun fitur yang memudahkan siswa dalam memahami materi dan soal antara lain ruang uji, ruang video, ruang les, dll. Ruang Guru mendapatkan penghargaan *Anthem Awards 2022* yang diikuti oleh 36 negara. Acara *Anthem Awards 2022* diadakan untuk merayakan proyek-proyek yang memiliki dampak sosial bagi masyarakat. Ruang Guru masuk dalam kategori *innovation*.

Ruang guru berusaha untuk terus meningkatkan fitur-fitur yang ada pada aplikasi Ruang Guru. Fitur Ruang Guru selalu ditingkatkan untuk mengoptimalkan pelayanan untuk seluruh pengguna Ruang Guru. Ruang Guru terpilih menjadi salah satu top startup unggulan dalam forum G20 Innovation League 2021 di Italia. Ruang Guru masuk dalam kategori kecerdasan buatan.⁵ Jangkauan akses aplikasi Ruang Guru dapat dioptimal

⁴ Maria Ulfa, 'Blended Learning Berbasis Bimbel Online "Ruangguru" Dalam Meningkatkan Kemandirian Belajar Dan Hasil Belajar Matematika Di MAN 1 Aceh Besar', *Intelektualita*, 7.1 (2021), 1–13 <<https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/intel/article/view/9919>>.

⁵ Ruang Guru, Ruangguru Raih Penghargaan Top Startup Bidang Artificial Intelligence di G20 Innovation League Italia, <https://www.ruangguru.com/blog/ruangguru-raih-penghargaan-top-startup-bidang-artificial-intelligence>, diakses pada 11 Juni 2024.

dengan cara aktif mempromosikan layanan berupa iklan di media sosial. Salah satu promosi yang dilakukan Ruang Guru yaitu iklan Ruang Guru yang terdapat pada youtube. Iklan sebagai media yang digunakan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada khalayak. Sebagaimana sesuai dengan pendapat Andrianto yang menyatakan bahwa iklan yaitu sebuah bentuk promosi yang paling banyak dikenal masyarakat dan paling banyak dibahas karena daya jangkauannya.⁶

Iklan Ruang Guru berisi tentang pemaparan fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi Ruang Guru. Iklan Ruang Guru juga berisi tentang ajakan untuk terus berlangganan pada Ruang Guru. Sebuah iklan dapat menarik perhatian masyarakat jika dikemas dengan kreatif dan inovatif. Hal tersebut tidak terkecuali dengan iklan Ruang Guru. Ruang Guru berusaha mengemas iklan Ruang Guru secara kreatif dan inovatif sehingga mampu menarik perhatian siswa. Adanya iklan Ruang Guru yang kreatif dan inovatif tersebut mampu menarik perhatian siswa untuk tersus berlangganan di Ruang Guru. Penggunaan iklan Ruang Guru yang kreatif dan inovatif menjadikan Ruang Guru semakin diminati oleh siswa. Hal tersebut sebagaimana dinyatakan oleh Risnawati,dkk yang menyatakan bahwa semakin tinggi khalayak menerima terpaan iklan Ruang Guru maka

⁶ Novan Andrianto, 'Pesan Kreatif Iklan Televisi dalam Bulan Ramadan: Analisis Semiotika Iklan Bahagiannya Adalah Bahagiaku', *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2.1 (2018), 17–31 <<https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.336>>.

diharapkan semakin tinggi pula minat untuk mengunduh aplikasi Ruang Guru.⁷

Adanya iklan tersebut membuat platform Ruang Guru memiliki 38 juta pengguna yang sudah memakainya.⁸ Berdasarkan konteks penelitian di atas, peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Struktur dan Fungsi Bahasa Informasi Pada Video Iklan Ruang Guru Tahun 2022 dan Relevansinya dalam Pembelajaran Teks Iklan”.

B. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

Fokus yang diteliti dalam penelitian ini adalah “Analisis Struktur dan Fungsi Bahasa pada Video Iklan Ruang Guru”. Berdasarkan fokus penelitian tersebut pertanyaan peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana struktur dan fungsi bahasa informasi pada iklan Ruang Guru?
2. Bagaimana relevansi antara struktur dan fungsi bahasa informasi iklan Ruang Guru dengan pembelajaran teks iklan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan penelitian ini sebagai berikut.

⁷ Risnawati, Zohrah Basalamah, and Raidah Intizar Yusuf, ‘Pengaruh Iklan Ruangguru Terhadap Minat Siswa SMAN Negeri 10 Makassar Untuk Menggunakan Aplikasi Ruangguru’, *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 4.2 (2022), 92–103 <<https://doi.org/10.55638/jcos.v4i2.712>>.

⁸Ruang Guru ‘(Juli 2022) *Ruangguru Akuisisi Platform Bimbingan Studi Ke Luar Negeri, Schoters*’, <<https://www.ruangguru.com/blog/ruangguru-akuisisi-schoters>>. Diakses 3 Januari 2024

1. Untuk mengetahui struktur dan fungsi bahasa informasi pada iklan Ruang Guru.
2. Untuk mengetahui relevansi antara struktur dan fungsi bahasa informasi iklan Ruang Guru dengan pembelajaran teks iklan.

D. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian diharapkan memiliki manfaat dan kegunaan, dalam hal ini diharapkan memiliki beberapa kegunaan antara lain sebagai berikut.

1. Kegunaan secara teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan tentang struktur dan fungsi bahasa informasi iklan serta khasanah keilmuan kajian analisis wacana khususnya iklan.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi pembaca

Pada penelitian ini diharapkan bisa membantu pembaca dalam merepresentasikan struktur dan fungsi bahasa informasi pada iklan video Ruang Guru agar lebih terarah dalam memaknai sebuah iklan.

- b. Bagi guru mata pelajaran Bahasa Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi guru yang nantinya dapat dijadikan sebagai rekomendasi bahan ajar atau pedoman pada pembelajaran Bahasa Indonesia yang menari, inovasi, dan kreatif.

c. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah pengalaman, wawasan, dan referensi bagi penelitian selanjutnya.

E. Penegasan Istilah

1. Konseptual

a. Struktur Bahasa Iklan

Struktur adalah bagian, sama halnya dengan struktur menurut KBBI daring edisi ke-V yang menyatakan bahwa struktur adalah sesuatu yang disusun dengan suatu bagian tertentu.⁹ Sedangkan struktur iklan menurut Zanah yaitu bentuk dari bagian pada penyusunan iklan.¹ Jadi untuk mengetahui maksud dari iklan yang sedang ditayangkan seorang konsumen harus terlebih dahulu mengenal struktur bahasa.

b. Fungsi Bahasa Iklan

Bahasa sebagai alat untuk berujar dan berkomunikasi dengan orang lain, seseorang dapat mewakili sebuah kegiatan yang sedang dilakukan dalam bentuk kalimat. Bahasa berfungsi untuk pengekspresian diri maka hal tersebut dapat diartikan sebagai

⁹ F., & Putri and L. S. Wilyanti, 'Analisis Struktur Fisik Dan Batin Puisi "Mengheningkan Cipta" Karya Norman Adi Satria', *Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6 (2).2 (2022), 217–23.

¹ Sri Wahyuni Samaratul Zanafl, 'Analisis Wacana Iklan Pakaian Di Media Sosial Facebook Berdasarkan Struktur Dan Fungsi Bahasa', *Caraka*, 7.2 (2021), 29–43 <<https://doi.org/10.30738/caraka.v7i2.9795>>.

penyampaian gagasan, ide, dan bahasa juga berfungsi sebagai alat kontrol sosial.¹

c. Video Iklan

Menurut KBBI bahwa video adalah rekaman gambar atau program televisi yang ditayangkan lewat pesawat televisi, dengan kata lain video berupa tayangan gambar yang bergerak disertai dengan suara.¹ Iklan adalah bentuk promosi dalam memperkenalkan jasa dan produk yang dimiliki oleh perusahaan atau seseorang. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Ismayani yang menjelaskan video iklan adalah bentuk informasi yang dilakukan oleh perusahaan atau secara individu yang berisi tentang pesan menarik pada produk serta jasa yang sedang ditawarkan.¹

d. Ruang Guru

Ruang Guru merupakan perseroan terbatas yaitu PT Ruang Raya Indonesia yang berfokus pada layanan pendidikan dan didirikan pada tahun 2014 oleh Iman Usman dan Belva Devara.¹ Layanan pembelajaran yang terdapat pada Ruang Guru antara lain

¹ Rose Junieles and Sarifah Firda Arindita N, 'Karakteristik Dan Fungsi Bahasa Iklan Bisnis Layanan Aplikasi Chatting Di Youtube', *Konfiks Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7.1 (2020), 28–37 <<https://doi.org/10.26618/konfiks.v7i1.3314>>.

¹ I H Mu'minah, 'Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Video Sebagai Alternatif Dalam Pembelajaran Daring IPA Pada Masa Pandemi Covid-19', *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian 2021*, 2021, 1211 <<http://prosiding.rcipublisher.org/index.php/prosiding/article/view/172>>.

¹ Diah Ismayani, 'Perancangan Video Iklan Promosi Profil Wisata Puncak Bila Riase' Kabupaten Sidrap', *Jurnal Imajinasi*, 2.1 (2018), 23 <<https://doi.org/10.26858/i.v2i1.13791>>.

¹ Aziz Reza Randisa and Achmad Nurmandi, 'Analisis Konten Media Sosial Twitter Sarana Pendidikan Di Indonesia Study Kasus Ruang Guru', *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta STIA Mataram*, 6.2 (2020), 291–601 <<https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v6i2.135>>.

pelayanan kelas virtual, video belajar berlangganan, platform ujian online, marketplace les privat, dan konten pendidikan yang bisa diakses pada web atau aplikasi Ruang Guru. Ruang Guru dalam pendidikan yaitu forum diskusi dan mencari informasi hanya dengan modal perangkat seluler.¹

5

e. Teks Iklan

Iklan adalah berita pesan yang digunakan untuk membujuk khalayak agar tertarik dengan barang dan jasa yang dipromosikan serta dipasang pada media massa atau tempat umum.¹ Iklan sebagai pemberitahuan yang disampaikan bagi masyarakat umum, tentang barang dan jasa yang dilakukan secara perorangan atau perusahaan. Sebuah iklan biasanya disampaikan melalui media cetak seperti koran, majalah dalam bentuk elektronik seperti pada televisi, youtube, dan instagram.¹

6

7

2. Operasional

Secara operasional pada penelitian yang berjudul “Analisis Struktur dan Fungsi Bahasa Informasi pada Video Iklan Ruang Guru Tahun 2023” yang berfokus untuk mengkaji struktur dan fungsi bahasa informasi yang terdapat pada video iklan Ruang Guru.

¹ Aulia Zulfa Shoumi, ‘Peran Multimedia Dalam Pendidikan Pada Aplikasi Ruang Guru’, *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 2019, 1–6 <<https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5809>>.

¹ Widiyah Mutmainnah Al-Humairah, Retnowaty Retnowaty, and Indah Ika Ratnawati, ‘Tindak Tutur Pada Iklan Produk Kecantikan Di Televisi Swasta’, *Jurnal Lingua Franca*, 4.2 (2020), 269–77.

¹ E Erniati and others, ‘Penerapan Model Discovery Learning Dalam Meningkatkan Kemampuan Menyimak Teks Iklan Siswa Kelas VIII SMP Negeri 11 Makassar’, *Jurnal Edukasi Nonformal*, 2018, Hal. 26-39.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk memperoleh jalannya pembahasan penelitian ini, berikut mengenai susunan penelitian.

- a. Bagian awal tentang sampul halaman, sampul judul, persetujuan, pengesahan, pernyataan keaslian, halaman moto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran, dan abstrak.
- b. BAB I yaitu pendahuluan yang berisi konteks penelitian, fokus dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.
- c. BAB II kajian pustaka berisi struktur iklan, fungsi bahasa iklan, video iklan, Ruang Guru, teks iklan, penelitian terdahulu dan paradigma penelitian.
- d. BAB III berisi metode penelitian seperti rancangan penelitian, sumber penelitian, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.
- e. BAB IV yaitu hasil penelitian tentang penelitian yang sedang dilakukan.
- f. BAB V berisi tentang pembahasan terkait penelitian yang sedang dilakukan.
- g. BAB VI berisi tentang saran dan simpulan dari hasil penelitian dan pembahasan.
- h. Bagian akhir yang terdiri dari daftar rujukan dan lampiran-lampiran