



HUBUNGAN PENGGUNAAN INSTAGRAM DENGAN KETERAMPILAN MENULIS IKLAN PADA SISWA KELAS VIII MTS YPPH AL-HIDAYAH CIAMPEA BOGOR

Yulia Adiningsih^{1)*}, Siti Latifatu Rohmah²⁾

^{1, 2)} Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, STKIP Muhammadiyah Bogor

* yuliaadiningsih20@gmail.com

Diterima: DD MM YYYY

Direvisi: DD MM YYYY

Disetujui: DD MM YYYY

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between Instagram use and ad writing skills in class VIII students at MTs YPPH Al-Hidayah, Ciampea District, Bogor Regency. The method used in this study is the product moment correlation method. The used sampling technique in this research is random sampling. There are two variables namely variable (X), use of social media Instagram, and variable (Y), ad writing skills. The population in this study were all students of class VIII MTs YPPH Al-Hidayah, which are around 64 students. The sample of the study was the students of class VIII MTs YPPH Al-Hidayah with a total of 33 students. Data collection techniques were done by using instruments in the form of questionnaires related to using social media Instagram and ad writing tests. The data were analyzed by using the product moment formula, so that the r count result (0.5049) is greater than r table (0.344), which is $0.5049 > 0.344$, which means to H_0 and receive H_1 . In short, it can be concluded that there is a relationship between the use of Instagram with ad writing skills in MTs YPPH Al-Hidayah students, Ciampea District, Bogor Regency.

Keywords: Social Media, Instagram, Advertising

PENDAHULUAN

Keterampilan menulis merupakan salah satu dari empat keterampilan berbahasa yang harus dikuasai oleh siswa. Kegiatan menulis dilakukan untuk menyalurkan ide, pengalaman, perasaan, pendapat, atau pengetahuan yang dapat dijadikan sebagai salah satu sarana untuk

berkomunikasi secara tidak langsung melalui tulisan. Aktivitas menulis merupakan suatu bentuk kemampuan berbahasa yang paling akhir dikuasai peserta didik setelah kemampuan mendengarkan, berbicara, dan membaca. Dalam menulis, diperlukan adanya suatu bentuk ekspresi gagasan yang berkesinambungan dan mempunyai urutan

logis dengan menggunakan kosakata dan tata bahasa tertentu atau kaidah bahasa yang digunakan sehingga dapat menggambarkan atau dapat menyajikan informasi yang diekspresikan secara jelas.

Menulis adalah proses kreatif menuangkan gagasan dalam bentuk ragam tulis dalam tujuan untuk memberi tahu, meyakinkan, atau menghibur. Keterampilan menulis merupakan salah satu materi atau aktivitas yang memegang peran sangat penting yang dilakukan siswa dalam kegiatana belajar, terutama dalam pembelajaran bahasa Indonesia. Menulis merupakan bagian dari empat keterampilan yang ada dalam pembelajaran bahasa Indonesia dan harus dikuasai dengan baik oleh siswa.

Tarigan (2013: 3) Menulis merupakan suatu keterampilan berbahasa yang dipergunakan untuk berkomunikasi secara tidak langsung, tidak secara tatap muka dengan orang lain. Menulis merupakan suatu kegiatan yang produktif dan ekspresif.

Kemampuan peserta didik dalam aspek menulis masih rendah. Salah satunya dalam menulis iklan, rendahnya kemampuan siswa dalam menulis iklan dikarenakan sebagian besar peserta didik masih sulit mengungkapkan ide, menyusun kalimat dengan baik atau daya imajinasi anak masih kurang. Tidak hanya itu minat peserta didik untuk menulis juga masih sangat minim dan kurang termotivasinya peserta didik dalam melaksanakan pembelajaran menulis karena penggunaan model pembelajaran dan media pembelajaran yang kurang tepat. Untuk meningkatkan pemahaman siswa terhadap kemampuan menulis iklan diperlukan pembelajaran yang menarik, inovatif, dan menyenangkan. Dengan diterapkannya media sosial Instagram diharapkan akan membuat siswa mampu menyajikan iklan

dengan baik. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di zaman yang semakin modern seperti sekarang ini seharusnya tidak menjadikan alasan seorang guru untuk tidak mampu memanfaatkan media yang sudah tersedia. Banyak media yang mudah untuk digunakan di zaman modern ini, kemajuan teknologi dapat menjadi salah satu media pembelajaran. Akibat pesatnya perkembangan teknologi, melalui jasa teknologi masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan. Pada dasarnya, manusia membutuhkan informasi dalam hidupnya. Informasi yang didapat bisa berasal dari mana saja. Salah satunya yakni dari media sosial seperti *Facebook*, *Whatsapp*, *Telegram*, *Line* *Instagram*, dan media sosial lainnya yang tentunya menyajikan banyak informasi yang dibutuhkan. Media Sosial yang berkembang saat ini, sudah menjadi kawan bagi siswa. Artinya tentu masing-masing siswa sudah akrab dengan perkembangan media sosial. Seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Telegram*, *Whatsapp*, *Blog* dan lain sebagainya. Jejaring sosial tersebut sudah menjadi kebutuhan bagi para siswa. Sehingga kalangan remaja pada saat ini memberi pengaruh besar terhadap penggunaan internet, terutama pada penggunaan media sosial yang ada pada saat ini. Karena kenyataan yang terjadi, kalangan remaja termasuk siswa SMP banyak melakukan aktifitas dengan menggunakan internet dan media sosial seperti melakukan interaksi, belajar, bermain, serta aktifitas lainnya.

Penelitian ini akan melibatkan media sosial Instagram, peneliti memilih media sosial Instagram sebagai alat bantu untuk menyampaikan materi dan informasi yang akan disampaikan sesuai materi yang ada. Media sosial instagram ini dipilih karena

memiliki keterkaitan dengan menulis iklan. Keterkaitan antara media sosial instagram dengan menulis iklan yaitu, media sosial instagram dapat menjadi wadah untuk menuangkan ide kreatif siswa dalam menulis iklan singkat. Instagram merupakan salah satu media sosial yang berfungsi untuk berbagi foto/gambar serta video. Aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk mengedit, mengunggah, dan membagikan foto/gambar, dan video pada pengikutnya (*followers*) dan dapat dibagikan pula ke situs-situs lain seperti *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr*, serta tautan yang ingin dibagikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan penggunaan media sosial instagram dengan keterampilan menulis iklan pada siswa kelas VIII MTs YPPH Al-Hidayah.

Kotler (dalam Widyatama, 2011: 29) mengartikan iklan sebagai semua bentuk penyajian non personal, promosi ide-ide, promosi barang produk atau jasa yang dilakukan sponsor tertentu yang dibayar. Artinya, dalam penyampaian pesan tersebut, komunikator memang secara khusus melakukannya dengan cara membayar kepada pemilik media atau membayari orang yang mengupayakannya

Riyanto (dalam Widyatama, 2007: 16) mengemukakan bahwa iklan adalah sebagai segala bentuk pesan tentang produk atau jasa yang disampaikan lewat suatu media dan ditunjukkan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.

Bitnner (dalam Widyatama, 2007: 65) mengelompokkan jenis iklan menjadi 2 kelompok, diantaranya: 1) Iklan Standar, adalah iklan yang ditata secara khusus untuk keperluan memperkenalkan barang, jasa, pelayanan untuk konsumen melalui media periklanan. Iklan standar memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan

ekonomi. 2) Iklan Layanan Masyarakat, Iklan yang bersifat non-profit, disebut bersifat non-profit dalam hal ini jangan diartikan sebagai tidak mencari keuntungan apapun. Sebab iklan layanan masyarakat juga tetap berupaya mencari keuntungan, namun keuntungan yang dituju bersifat keuntungan sosial, bukan keuntungan kemersial secara langsung.

Menurut Dendi Sudiana (dalam Widyatama, 2007: 147) menyebutkan bahwa iklan dapat mempunyai fungsi sebagai berikut:

1)Mengenalkan produk, 2)Membangkitkan kesadaran merek, 3)Citra merek, 4)Citra perusahaan, 5)Membujuk khalayak untuk membeli produk yang ditawarkan, 6)Memberikan informasi.

Fungsi iklan semakin hari semakin banyak, bertambah hari bertambah luas jaringannya. Hal itu seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan keperluan hidup warga masyarakat itu sendiri. Namun, dari sekian fungsinya itu, iklan memiliki kesamaan umum, yakni sebagai kebutuhan untuk mengkomunikasikan pesan, baik yang bersifat komersial, sosial, maupun pribadi.

Frank Jefkins (1997: 227) Suatu iklan harus menyajikan pesan penjualan yang paling persuasif dan kuat. Jika penulisan pesan penjualan tersebut gagal menarik perhatian, ketertarikan, keinginan, maka pesan penjualan telah gagal. Tentu saja iklan itu harus didukung oleh bentuk kreativitas lain seperti gambar, tiografi, dan mungkin juga warna, namun penulisan iklan dalam menyusun pesan penjualan harus berpikir secara visual dan mengarahkan bentuk-bentuk kreativitas tersebut guna meraih tujuannya.

Widyatama, (20011: 143) Dalam penulisan iklan, kelengkapan unsur iklan

tidak menjamin daya tarik sebuah iklan. Meskipun sebuah iklan memiliki unsur yang tidak lengkap, bisa jadi iklan tersebut tetap akan menarik perhatian khalayak. Berikut teknik penulisan iklan.

1) Judul harus menarik. Daya tarik sebuah judul harus didasarkan pada perspektif khalayak. Artinya, judul harus didasarkan pada sesuatu yang benar-benar menarik perhatian khalayak, bukan diperkirakan menarik perhatian menurut pembuat iklan. 2) Singkat, tidak terlalu panjang, dan tidak berbelit-belit. Perhatikan ekonomi kata, yaitu menggunakan sesedikit mungkin kata atau kalimat, namun tetap dapat mengandung makna yang sama dengan yang kita kehendaki. 3) Jelas dan informatif. Kata atau kalimat yang digunakan harus jelas dan tidak perlu menimbulkan pertanyaan lebih lanjut di benak khalayak, namun tetap dihindari membuat sebuah iklan yang menjejalkan seluruh informasi sekaligus. 4) Jujur dan dapat dipercaya. Semua yang ditampilkan dalam iklan harus dapat dipercaya kebenarannya. Ketidak jujuran dalam iklan akan berakibat buruk, berupa hilangnya kepercayaan khalayak. 5) Mengarah pada tujuan iklan. Isi pesan iklan sebaiknya langsung pada tujuan iklan. Penyampaian pesan yang tidak langsung cenderung hanya membingungkan khalayak dan membuat potensi munculnya salah tafsir pesan. 6) Mudah diingat. Dalam penulisan iklan perlu dirancang agar diingat oleh khalayak. Sebab tanpa mampu diingat oleh khalayak, pesan tidak akan memiliki arti, karena dimungkinkan pesan semacam ini akan menimbulkan pengaruh dalam diri khalayak.

Atmoko (2012: 10) menyatakan bahwa Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital

yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya.

Enterprise (2012: 2) Instagram adalah aplikasi untuk memotret, mengedit dan menyebar foto tersebut ke komunitas pengguna instagram lainnya.

Atmoko (2012: 28) Instagram memiliki fitur-fitur yang dapat digunakan oleh penggunaannya, diantaranya sebagai berikut.

1) *Home Page* Padanan kata *home page* adalah laman. *Home page* adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. 2) *Comments* (komentar) Sebagai layanan jejaring sosial instagram menyediakan fitur komentar. Foto-foto yang ada di instagram dapat dikomentari. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send atau kirim. 3) *Explore* (menjelajah) Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore effect* atau umpan explore. 4) *Profil* (identitas) *Profil* pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari profil milik akun pribadi maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah diupload. Jumlah followers dan jumlah following. 5) *News Feed* (unggahan baru) *News feed* merupakan fitur yang

menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “following” dan “news”. Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru terhadap aktivitas para pengguna instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini. 6) *Stories* (cerita) *Stories* merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fitur home, namun dalam jendela stories atau cerita foto dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, berbeda dengan foto dan video yang diposting di halaman home. Setiap stories yang dibuat oleh pengguna akan terlihat dalam kurun waktu satu menit akan berganti ke stories selanjutnya jika waktu tersebut telah habis dalam kurun waktu 24 jam maka stories akan terhapus dengan sendirinya. Fitur stories lebih terlihat seperti kilas singkat untuk membagikan momen secara singkat dan mudah. 7) *Caption* (keterangan atau deskripsi) Karakter atau caption bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Caption* dapat dibuat ketika sedang membuat konten yang akan diposting, caption juga dapat diubah pada pilihan konten yang memiliki ikon 3 titik yang berada di atas konten. 8) *Hashtag* *Hashtag* adalah simbol bertanda pagar(#) atau padanan katanya adalah tagar. Fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di instagram dengan hashtag tertentu. 9) *Lokasi* Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi di mana pengguna mengambilnya. Meski instagram disebut layanan foto sharing tetapi instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.

Hipotesis penelitian ini adalah

H_0 = tidak terdapat hubungan penggunaan media sosial Instagram dengan keterampilan menulis iklan pada siswa kelas VIII Madrasah Tsanawiyah YPPH Al-Hidayah Ciampea Bogor.

H_1 = terdapat hubungan penggunaan media sosial Instagram dengan keterampilan menulis iklan pada siswa kelas VIII Madrasah Tsanawiyah YPPH Al-Hidayah Ciampea Bogor.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di MTs YPPH Al-Hidayah. Penelitian ini berlangsung mulai dari bulan April sampai dengan Agustus 2019. Dengan populasi 64 siswa dan sebagai sampel 33 siswa.

Pengumpulan data dilakukan beberapa tahapan yaitu: observasi, angket penggunaan media sosial instagram, dan tes menulis iklan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik tes dan angket.

Peneliti mengumpulkan data dari dua sumber, yakni melalui pemerolehan data nilai angket penggunaan media sosial instagram dan nilai keterampilan menulis iklan pada siswa kelas VIII MTs YPPH Al-Hidayah Ciampea. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 33 siswa. Adapun data yang peneliti peroleh sebagai berikut.

Data kuesioner penggunaan media sosial instagram

60	62	63	63	65
65	65	70	70	70
70	70	71	71	71
73	75	75	75	78
78	79	82	82	83
83	84	85	85	87
88	90	90		

Untuk membuat daftar distribusi frekuensi penggunaan media sosial Instagram diperlukan perhitungan sebagai berikut.

a. Rentang Data

$$R = X_{\max} - X_{\min}$$

$$= 90 - 60$$

$$= 30$$

b. Banyak Kelas

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

$$= 1 + 3,3 \log 33$$

$$= 1 + 3,3 (1,5)$$

$$= 1 + 5,01$$

$$= 6$$

c. Panjang Kelas

$$P = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{30}{6}$$

$$= 5$$

Tabel 1 Distribusi Frekuensi Penggunaan Media Sosial Instagram

Interval kelas	f _i	x _i	f _i x _i
60-64	4	63	252
65-69	3	68	204
70-74	9	73	657
75-79	6	78	468
80-84	5	83	415
85-89	4	87	348
90-94	2	91	182
Σ	33	42745	2526

d. Mean

$$\text{Mean} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f}$$

$$\text{Mean} = \frac{2526}{33}$$

$$\text{Mean} = 76,54$$

e. Median

Interval Kelas	F	F _k
60-64	4	4
65-69	3	7
70-74	9	16
75-79	6	22
80-84	5	27
85-89	4	31
90-94	2	33

$$Md = b + p \left[\frac{\frac{1}{2}n - f_k}{f_{me}} \right]$$

Kelas median

$$\frac{1}{2}n = \frac{1}{2}33$$

$$= 16,5$$

Diket :

$$b = 75 - 0,5$$

$$= 74,5$$

$$P = 5$$

$$F_k = 16$$

$$f_{me} = 6$$

$$\text{Median} = 74,5 + 5 \left(\frac{\frac{1}{2}(33) - 16}{6} \right)$$

$$= 74,5 + 5 \left(\frac{16,5 - 16}{6} \right)$$

$$= 74,5 + 5 \left(\frac{0,5}{6} \right)$$

$$= 74,5 + 5 (0,083)$$

$$= 74,5 + 0,417$$

$$= 74,92$$

f. Modus

$$\text{Modus} = b + p \left[\frac{d_1}{d_1 + d_2} \right]$$

diket:

$$b = 70 - 0,5$$

$$= 69,5$$

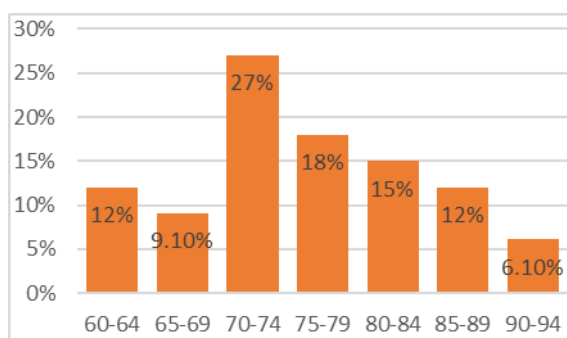
$$\begin{aligned}
 P &= 5 \\
 d_1 &= 9 - 3 = 6 \\
 d_2 &= 9 - 6 = 3 \\
 \text{modus} &= 69,5 + 5 \left(\frac{6}{6+3} \right) \\
 &= 69,5 + 5 \left(\frac{6}{9} \right) \\
 &= 69,5 + 5 (0,667) \\
 &= 69,5 + 3,33 \\
 &= 72,83
 \end{aligned}$$

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata siswa dalam penggunaan media sosial Instagram di dapatkan nilai terbesar adalah 90 dan nilai terkecil 60. Dengan nilai rata-rata sebesar 77, median sebesar 74,92 dan modus sebesar 72,83.

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Persentase Penggunaan Media Sosial Instagram

Nilai interval	Frekuensi	Persentase
60-64	4	12%
65-69	3	9,1%
70-74	9	27%
75-79	6	18%
80-84	5	15%
85-89	4	12%
90-94	2	6,1%
Σ	33	100%

Untuk memperjelas data tabel di atas, disajikan diagram batang sebagai berikut.



Gambar 1
Grafik Penggunaan Media Sosial Instagram

Jadi nilai terbesar siswa dalam penggunaan media sosial instagram berada di antara 70-74

Data keterampilan menulis iklan

40	46	55	57	57
57	58	60	60	62
63	63	63	66	67
67	67	67	69	72
72	75	76	76	76
78	79	79	79	81
81	82	90		

Untuk membuat daftar distribusi frekuensi menulis iklan diperlukan perhitungan sebagai berikut.

a. Rentang Data

$$\begin{aligned}
 R &= X_{\max} - X_{\min} \\
 &= 90 - 40 \\
 &= 50
 \end{aligned}$$

b. Banyak Kelas

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 33 \\
 &= 1 + 3,3 (1,5) \\
 &= 1 + 5,01 \\
 &= 6
 \end{aligned}$$

c. Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 P &= \frac{R}{K} \\
 &= \frac{50}{6} \\
 &= 8,33 \\
 &= 8
 \end{aligned}$$

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Keterampilan Menulis Iklan

Interval kelas	f_i	x_i	$f_i x_i$
40-47	2	43	86
48-55	1	49	49
56-63	10	55	550
64-71	6	61	366
72-79	10	67	670
80-87	3	73	219
88-95	1	79	79
Σ	33	427	2019

d. Mean

$$\text{Mean} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f}$$

$$\text{Mean} = \frac{2019}{33}$$

$$\text{Mean} = 61,18$$

e. Median

Interval Kelas	F	F _k
40-47	2	2
48-55	1	3
56-63	10	13
64-71	6	19
72-79	10	29
80-87	3	32
89-95	1	33

$$\text{Md} = b + p \left[\frac{\frac{1}{2}n - f_k}{f_{me}} \right]$$

Kelas median

$$\frac{1}{2}n = \frac{1}{2} \cdot 33$$

$$= 16,5$$

Diket :

$$b = 64 - 0,5$$

$$= 63,5$$

$$P = 8$$

$$F_k = 13$$

$$f_{me} = 6$$

$$\text{Median} = 63,5 + 5 \left(\frac{\frac{1}{2}(33) - 13}{6} \right)$$

$$= 63,5 + 5 \left(\frac{16,5 - 13}{6} \right)$$

$$= 63,5 + 5 \left(\frac{3,5}{6} \right)$$

$$= 63,5 + 5 (0,583)$$

$$= 63,5 + 2,915$$

$$= 66,41$$

f. Modus

$$\text{Modus} = b + p \left[\frac{d_1}{d_1 + d_2} \right]$$

diket:

$$b = 72 - 0,5$$

$$= 71,5$$

$$P = 8$$

$$d_1 = 10 - 6 = 4$$

$$d_2 = 10 - 3 = 7$$

$$\text{modus} = 71,5 + 5 \left(\frac{4}{4+7} \right)$$

$$= 71,5 + 5 \left(\frac{4}{11} \right)$$

$$= 71,5 + 5 (0,364)$$

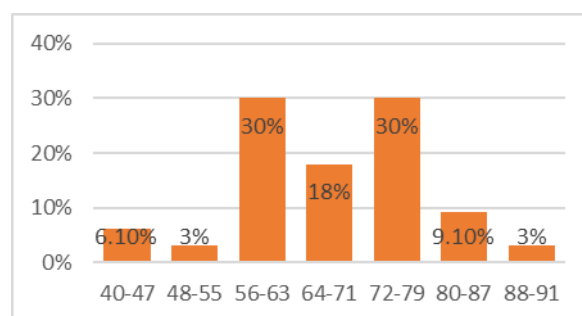
$$= 71,5 + 1,82$$

$$= 77,32$$

Tabel 4
Distribusi Frekuensi Persentase
Keterampilan Menulis Iklan

Nilai interval	Frekuensi	persentase
40-47	2	6,1%
48-55	1	3%
56-63	10	30%
64-71	6	18%
72-79	10	30%
80-87	3	9,1%
88-91	1	3%
Σ	33	100%

Untuk memperjelas data tabel di atas, disajikan diagram batang sebagai berikut.



Gambar 2
Grafik Keterampilan Menulis Iklan

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata siswa dalam keterampilan menulis iklan di dapatkan nilai terbesar adalah 90 dan nilai terkecil 40. Dengan nilai rata-rata sebesar 61,18, median sebesar 66,41 dan modus sebesar 75,32.

Data yang sudah terkumpul diolah untuk mengetahui hubungan penggunaan media sosial instagram dengan keterampilan menulis iklan, maka dilakukan perhitungan korelasi product moment dengan rumus.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2) - (\sum X)^2] [(N \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Untuk mempermudah pengolahan data, maka data ditampilkan dalam sebuah tabel, sebagai berikut.

Resp	X	Y	XY	X ²	Y ²
1	70	75	5250	4900	5625
2	70	79	5530	4900	6241
3	75	72	5400	5625	5184
4	78	82	6396	6084	6724
5	82	67	5494	6724	4489
6	79	79	6241	6241	6241
7	84	78	6552	7056	6084
8	73	63	4599	5329	3969
9	70	69	4830	4900	4761
10	71	72	5112	5041	5184
11	70	79	5530	4900	6241
12	65	58	3770	4225	3364
13	65	81	5265	4225	6561
14	78	57	4446	6084	3249
15	60	55	3300	3600	3025
16	63	57	3591	3969	3249
17	71	67	4757	5041	4489
18	63	62	3906	3969	3844
19	65	46	2990	4225	2116
20	71	60	4260	5041	3600
21	75	67	5025	5625	4489
22	75	63	4725	5625	3969
23	82	60	4920	6724	3600
24	62	40	2480	3844	1600
25	83	57	4731	6889	3249
26	83	63	5229	6889	3969
27	87	76	6612	7569	5776
28	85	66	5610	7225	4356
29	70	67	4690	4900	4489
30	85	76	6460	7225	5776
31	90	76	6840	8100	5776

32	88	81	7128	7744	6561
33	90	90	8100	8100	8100
Jml	2478	2240	169769	188538	155950

Diketahui

$$\begin{aligned} N &= 33 \\ \sum x &= 2478 \\ \sum y &= 2240 \\ \sum xy &= 169769 \\ \sum x^2 &= 188538 \\ \sum y^2 &= 155950 \end{aligned}$$

Penyelesaian :

$$\begin{aligned} r_{xy} &= \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2) - (\sum X)^2] [(N \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \\ r_{xy} &= \frac{((33)(169769) - (2478)(2240))}{\sqrt{[(33)(188538) - (2478)^2] [(33)(155950) - (2240)^2]}} \\ r_{xy} &= \frac{(5602377) - (5550720)}{\sqrt{[(6221754) - 6140484] (5146350) - (5017600)}} \\ r_{xy} &= \frac{51657}{\sqrt{(81270)(128720)}} \\ r_{xy} &= \frac{51657}{\sqrt{10463512500}} \\ r_{xy} &= \frac{51657}{102991,3} \\ r_{xy} &= 0,5049 \end{aligned}$$

Jadi dapat diketahui bahwa hasil korelasi product moment antara penggunaan media sosial instagram dengan keterampilan menulis iklan adalah 0,5049. Untuk mengetahui besar kontribusi hubungan antara penggunaan media sosial instagram dengan keterampilan menulis iklan, maka dapat dilihat dari angka koefisien determinasi (kd) r, yaitu dengan rumus sebagai berikut.

$$KP = r_{xy}^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$$\begin{aligned} KP &= \text{nilai koefisien diterminan} \\ r_{xy} &= \text{nilai koefisien korelasi} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 KP &= r_{xy}^2 \times 100\% \\
 &= (0,5049)^2 \times 100\% \\
 &= 0,2549 \times 100\% \\
 &= 25,49\%
 \end{aligned}$$

Maksud dari data di atas adalah, kemampuan menulis iklan siswa kelas VIII MTs YPPH Al-Hidayah memiliki korelasi dengan penggunaan media sosial instagram sebesar 25,49% dan sisanya 74,51% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Seperti penggunaan alat peraga, metode pembelajaran, motivasi belajar siswa dan lain sebagainya.

Nilai r_{tabel} dengan jumlah sampel (N) sebanyak 33 siswa dan taraf signifikan 5% adalah 0,344 dari hasil perhitungan diperoleh r_{hitung} sebesar 0,5049 sedangkan r_{tabel} 0,344 yang berarti r_{hitung} (0,5049) > r_{tabel} (0,344) maka koefisien korekasi signifikan dengan demikian, terdapat hubungan positif antar penggunaan media sosial instagram dengan keterampilan menulis iklan.

Berdasarkan hasil penghitungan koefisiensi product moment, diketahui bahwa r_{xy} sebesar 0,5049, sedangkan r_{tabel} pada taraf signifikan 5% sebesar 0,344. Nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yakni $0,5049 > 0,344$ yang berarti tolak H_0 dan terima H_1 , artinya terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial instagram dengan keterampilan menulis iklan pada siswa kelas VIII MTs YPPH Al-Hidayah Ciampea.

Hasil penelitian membuktikan bahwa penggunaan media sosial instagram siswa kelas VIII MTs YPPH Al-Hidayah, berkriteria baik dengan nilai rata-rata sebesar 76,54. Adapun hasil penelitian keterampilan menulis iklan siswa kelas VIII MTs YPPH Al-Hidayah berkriteria cukup baik dengan nilai rata-rata sebesar 61,18.

**Interpretasi Nilai r
Besarnya Nilai r Interpretasi**

Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,0400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah (tak berkorelasi)

Arikunto (2010: 213)

Berdasarkan tingkat korelasi di atas, diketahui r_{hitung} 0,5049. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial instagram dengan keterampilan menulis iklan pada siswa kelas VIII MTs YPPH Al-Hidayah agak rendah, karena angka 0,5049 berada diantara 0,400 sampai dengan 0,600.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian, maka simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah terdapat adanya hubungan penggunaan media sosial instagram dengan keterampilan menulis iklan.

Penggunaan media sosial instagram oleh siswa digunakan dengan baik dengan hasil rata-rata angket penggunaan media sosial instagram berada diangka 76,54. Dan memiliki nilai keterampilan menulis iklan yang cukup baik dengan nilai rata-rata 61,18.

Adanya hubungan antara penggunaan media sosial instagram dengan keterampilan menulis iklan pada siswa kelas VIII MTs YPPH Al-Hidayah. Adanya hubungan ini

ditunjukkan dengan besarnya koefisien korelasi r_{hitung} 0,5049 dan r_{tabel} pada $N = 33$ dan taraf signifikan 5% diperoleh 0,344. Hal ini berarti bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($0,5049 > 0,344$). Dengan demikian H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima yang berarti terdapat hubungan yang positif antara penggunaan media sosial instagram dengan keterampilan menulis iklan pada siswa kelas VIII MTs YPPH Al-Hidayah.

Berdasarkan simpulan di atas, penulis ingin memberikan saran kepada semua pihak yang terkait terutama peserta didik dan guru. Adapun saran tersebut antara lain

1. Peserta didik perlu meningkatkan lagi kemampuan menulis iklan dengan cara banyak berlatih menulis iklan.
2. Guru sebaiknya memberikan dorongan dan latihan-latihan yang efektif kepada peserta didik dalam pembelajaran menulis iklan, sehingga peserta didik lebih terampil dalam menulis iklan

Sekolah sebaiknya menyediakan fasilitas belajar yang lengkap dan efektif bagi peserta didik untuk belajar, melengkapi buku-buku sumber belajar untuk menulis iklan agar

memupuk minat dan kreatifitas menulis peserta didik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada rekan-rekan di STKIP Muhammadiyah Bogor yang selalu mendukung dalam menyelesaikan penelitian ini.

REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Enterprise, Jubilee. (2012). *Instagram Untuk Fotografi Digital Dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Jefkins, Frank (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
- Tarigan. H. G. (2013). *Menulis Sebagai Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa
- Widyatama, Rendra. (2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher
- Widyatama, Rendra. (2011). *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala