

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

I. Media Pengajaran

Proses belajar mengajar atau proses pengajaran merupakan suatu kegiatan melaksanakan kurikulum suatu lembaga pendidikan, agar dapat memengaruhi para siswa mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. Tujuan pendidikan pada dasarnya mengantarkan para siswa menuju pada perubahan-perubahan tingkah laku baik intelektual, moral, maupun sosial agar dapat hidup mandiri sebagai individu dan makhluk sosial. Dalam mencapai tujuan tersebut siswa berinteraksi dengan lingkungan belajar yang diatur guru melalui proses pengajaran.

Menurut Sudjana, metodologi pengajaran ada dua aspek yang paling menonjol yakni metode mengajar dan media pengajaran sebagai alat bantu mengajar. Sedangkan penilaian adalah alat untuk mengukur atau menentukan taraf tercapai-tidaknya tujuan pengajaran (Sudjana, 2007:1).

Media adalah segala sesuatu yang dapat diindra yang berfungsi sebagai perantara/sarana/alat untuk proses komunikasi dalam proses belajar mengajar (Rohani, 1997:3). Media pengajaran dapat mempertinggi proses belajar siswa dalam pengajaran yang pada gilirannya diharapkan dapat mempertinggi hasil belajar yang dicapai. Ada beberapa alasan, mengapa media pengajaran dapat mempertinggi proses belajar siswa, diantaranya:

Pengajaran akan lebih menarik perhatian siswa sehingga dapat menumbuhkan motivasi belajar siswa. Bahan pengajaran akan lebih jelas maknanya sehingga dapat lebih dipahami oleh para siswa, dan memungkinkan siswa menguasai tujuan pengajaran lebih baik.

Metode mengajar akan lebih bervariasi, tidak semata-mata komunikasi verbal melalui penuturan kata-kata oleh guru, sehingga siswa tidak bosan dan guru tidak kehabisan tenaga, apalagi bila guru mengajar untuk setiap jam pelajaran.

Siswa lebih banyak melakukan kegiatan belajar, sebab tidak hanya mendengarkan uraian guru, tetapi juga aktivitas lain, seperti mengamati, melakukan, mendemonstrasikan dan lain-lain (Sudjana, 2007:2).

Ada beberapa jenis media pengajaran yang biasa digunakan dalam proses pengajaran. Pertama media grafis seperti gambar, foto, grafik, bagan atau diagram, poster, kartun, komik, dan lain-lain. Media grafis sering juga disebut media dua dimensi, yakni media yang mempunyai ukuran panjang dan lebar. Kedua, media tiga dimensi yaitu dalam bentuk model, seperti model padat (solid model), model penampang, model susun, model kerja, mock up, diorama, dan lain-lain. Ketiga, media proyeksi seperti slide, film strips, film, pengguna OHP, dan lain-lain. Keempat pengguna lingkungan sebagai media pengajaran.

Pengguna media tidak hanya dilihat atau dinilai dari segi kecanggihan medianya, tetapi yang lebih penting adalah fungsi dan peranannya dalam membantu mempertinggi proses pengajaran. Oleh sebab itu penggunaan media pembelajaran sangat bergantung kepada tujuan pengajaran, bahan pengajaran, kemudahan memperoleh media yang diperlukan serta kemampuan guru dalam menggunakannya dalam proses pengajaran (Sudjana, 2007:3-4).

1. Media Kartun

Kartun merupakan gambar yang unik dan lucu sehingga mampu menarik perhatian khalayak. Media kartun bersifat menghibur sehingga mampu menjaga konsentrasi seseorang untuk tetap fokus dan mampu menimbulkan minat terhadap objek. Hal tersebut senada dengan apa yang dikemukakan oleh Sudjana.

Media yang cukup unik untuk mengkomunikasikan gagasan-gagasan adalah kartun. Kartun merupakan penggambaran dalam bentuk lukisan atau karikatur tentang orang. Gagasan atau situasi yang di disain untuk mempengaruhi opini masyarakat. Walaupun terdapat seperti halnya kartun-kartun yang dimuat dalam surat kabar, kartun sebagai alat bantu mempunyai manfaat penting dalam pengajaran terutama dalam menjelaskan rangkaian, isi, bahan, dalam satu urutan logis atau mengandung makna (Sudjana, 2007:58). Adapun kegunaan dari kartun, diantaranya :

1) Untuk motivasi

Sesuai dengan wataknya kartun yang efektif akan menarik perhatian serta menumbuhkan minat belajar siswa. Ini menunjukkan bahan-bahan kartun bisa menjadi alat motivasi yang berguna di kelas. Beberapa kartun dengan topik yang sedang hangat bilamana dengan tujuan-tujuan pengajaran merupakan pembuka diskusi yang efektif. Pengguna kartun mungkin lebih tepat digunakan bagi siswa SMP dan SMA pada waktu pelajaran.

2) Sebagai ilustrasi

Seorang guru melaporkan hasil efektif dari pengguna kartun-kartun dalam menggambarkan konsep ilmiah pengajaran sains. Sebagian dipakai untuk mengemukakan beberapa pertanyaan tentang ada tidaknya situasi ilmiah yang dapat digambarkan oleh kartun. Sebagian lagi menggambarkan kesalahan-kesalahan dalam menafsirkan isi yang terkandung dalam kartun. Ini berarti kartun dapat digunakan sebagai ilustrasi dalam kegiatan pengajaran. Namun demikian guru perlu selektif dalam memilih kartun untuk menjaga reaksi lelucon yang murni diantara siswa dan tidak kehilangan perhatian kepada bagian-bagian yang terinci yang tidak ada hubungannya dengan maksud pembuat kartun.

3) Untuk kegiatan siswa

Jenis lain dari kartun yang dipergunakan adalah kreasi kartun-kartun yang dibuat siswa sendiri. Para siswa membuat kartun untuk menumbuhkan minat dan kampanye kebersihan, keselamatan mengemudi, dan lain-lain (Sudjana, 2007:61-63).

2. Media Power Point

Media Power point adalah suatu media yang dipergunakan untuk menampilkan sebuah penampilan baik berupa tulisan maupun gambar yang berwarna maupun tidak berwarna (hitam putih), serta berefek gerakan. Media power point biasanya dipergunakan untuk mempresentasikan materi-materi di bidang-bidang tertentu. Media ini pada dasarnya dipergunakan untuk presentasi. Media power point juga sering dipergunakan untuk mengajar, karena media ini juga efektif untuk meningkatkan daya ingat siswanya agar lebih memahami materi yang diajarkan oleh seorang pengajar. Beberapa pendapat tentang keefektifan mengajar dan mempresentasikan dengan power point, diantaranya Guy Kawasaki (Jubilee, 2012:91). Menurut Guy Kawasaki, presentasi akan berhasil jika

commit to user

menggunakan prinsip 10/20/30. Prinsip ini mempunyai maksud: 10 slide presentasi, 20 menit presentasi, 30 point ukuran font (Gregorius, 2012:91-93). Beberapa pernyataan mengenai presentasi, antara lain:

1) Maksimal, Hanya Boleh Ada 10 Slide Presentasi

Menurut Guy Kawasaki, supaya presentasi efisien dan dapat diterima oleh *audience* maka maksimal, kita hanya boleh membuat 10 slide presentasi saja. Alasannya, karena manusia tidak menangkap lebih dari 10 ide dalam satu sesi presentasi, sehingga 10 slide presentasi itu harus diisi oleh materi-materi yang efektif pula. Guy Kawasaki menawarkan gagasan sebagai berikut dimana ke-10 slide presentasi itu sebaiknya diisi oleh:

- a) Slide 1: merumuskan sebuah masalah.
- b) Slide 2: mengupas solusi-solusi yang kita tawarkan kepada para *audience*.
- c) Slide 3: mengupas model bisnis untuk memecahkan masalah.
- d) Slide 4: mengupas teknologi atau cara ampuh untuk mengatasi masalah.
- e) Slide 5: membahas pemasaran dan penjualan untuk mendapatkan profit dari masalah itu.
- f) Slide 6: mengupas masalah kompetisi yang terjadi di pasar.
- g) Slide 7: mengulas cara membangun sebuah tim.
- h) Slide 8: mengungkapkan rencana dan langkah-langkah untuk mengeksekusi rencana.
- i) Slide 9: membahas timeline (jangka waktu) pengerjaan tugas.
- j) Slide 10: kesimpulan dan ajakan untuk menjalankan konsep bisnis yang dikupas selama presentasi.

Kesepuluh slide di atas memang mengandung konsep bisnis. Namun jika ingin menggunakan kesepuluh konsep di atas untuk dunia non bisnis, misalnya pendidikan, maka tinggal modifikasi slide-slide itu untuk memecahkan masalah yang saat itu sedang dibahas dalam ruang kelas. Di bawah ini penjelasan lebih terperinci mengenai maksud prinsip 10/20/30 yang dikemukakan oleh Guy Kawasaki.

2) Maksimal, Hanya Boleh Berpresentasi Selama 20 Menit Saja

Kesepuluh slide di atas sebaiknya disajikan dalam jangka waktu 20 menit saja. Guy Kawasaki menyarankan, apabila Anda memiliki waktu berlebih, maka gunakan untuk sesi tanya jawab. Presentasi akan tampak lebih hidup jika melibatkan *audience*.

commit to user

3) Maksimal, Ukuran Huruf yang dipakai Sebesar 30 Point

Ukuran font 30 poin akan membuat teks mudah dibaca oleh siapapun, termasuk *audience* yang duduk agak jauh dari layar. Selain itu, penggunaan ukuran font yang besar akan melatih kita untuk menulis materi di atas slide presentasi secara efektif. Ingat, slide yang efektif tidak boleh mengandung lebih dari 7 buah kata.

Salah satu alasan seorang presenter menggunakan huruf berukuran kecil adalah karena mereka ingin menuang banyak sekali teks ke dalam slide presentasi. Langkah ini kurang efisien karena slide presentasi bukanlah dokumen. Semakin banyak tulisan berukuran kecil di dalam slide presentasi, semakin sulit pula bagi pengguna power point untuk membawa materi itu ke hadapan para *audience* secara langsung.

Pendapat lain tentang presentasi dengan power point yaitu "*Presentation Ecosystem*" dari Nancy Duarte." Nancy Duarte adalah pemilik perusahaan desain presentasi yang dapat dikunjungi lewat situasinya di Duarte.com. salah satu karya paling fenomenal yang pernah ia buat adalah presentasi berjudul "*An Inconvenient Truth*" yang dibawakan Al Gore.

Nancy Duarty menawarkan sebuah konsep yang menarik untuk membuat presentasi, yang disebut *Presentation Ecosystem*. Konsep ini memang tidak kaku seperti prinsip 10/20/30-nya Guy Kawasaki karena tidak ada batasan-batasan yang menjadi syarat mutlak ketika membuat dan membawakan presentasi.

Secara garis besar, presentasi yang menarik menurut *Presentation Ecosystem* di atas terdiri dari tiga bagian besar, yaitu:

Message: Presenter harus memperhatikan faktor *audience*, *ideation*, *writing*, dan *critique*. ketika memikirkan masalah *audience*, kita harus memperhatikan *trend* yang saat itu sedang "menguasai" para *audience*, merumuskan apa saja yang ingin disampaikan kepada *audience*, dan lain sebagainya. *Ideation* berarti, kita harus mengembangkan teknik *brainstorming* untuk mencari hal-hal apa saja yang ingin disampaikan kepada *audience*. Demikian seterusnya sampai pada tahap *critique*.

Visual story: presenter harus mendesain slide presentasi agar menghasilkan slide-slide presentasi yang mampu bercerita lewat gambar, gambar, foto, video, ikon dan petunjuk visual lainnya yang nanti akan terlihat di dalam layar. *Visual story* dapat diciptakan lewat

pendekatan video, desain grafis yang bagus, dan terutama cara berfikir fisual yang akan menjadi latar belakang pembuatan *visual story* itu.

Delivery: presenter wajib memperhatikan faktor-faktor untuk menyampaikan slide presentasi itu kepada para *audiance*. Misalnya saja, presenter wajib menyebar *handout* agar para *audiance* bisa mengantisipasi yang akan disampaikan oleh presenter.

(<http://www.duarte.com/books/slideology/assets/>)

The Dytham/Klein Method (Pecha Kucha) dari Astrid Klein dan Mark Dytham (Jubilee, 2012:95)

Metode Dytham/Klein, atau yang biasa disebut dengan istilah “Pecha Kucha” ini, sebenarnya mirip dengan metode 10/20/30 yang dipopulerkan oleh Guy Kawasaki di atas, bahwa presentasi akan berhasil jika menggunakan prinsip 10/20/30, namun prinsipnya jauh lebih sederhana. Astrid Klein dan Mark Dytham menyarankan agar presentator hanya membuat maksimal 20 slide presentasi. Tiap-tiap slide hanya dibawakan selama 20 detik saja.

Metode Dytham/Klein, dilakukan tanpa jeda pada sesi presentasi dapat menghabiskan waktu selama 400 detik atau sekitar 6,6 menit, sehingga apabila ada waktu tersisa, maka waktu tersebut digunakan untuk sesi tanya jawab. Pada metode Dytham/Klein ini akan lebih banyak melibatkan para *audience* untuk ikut berpikir sehingga sesi presentasi tidak akan membosankan.

II. Minat Belajar

1. Minat

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri manusia sebagai makhluk pribadi. Seperti yang diuraikan dalam kamus besar Bahasa Indonesia, bahwa yang dimaksud dengan minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.

Minat besar pengaruhnya terhadap seseorang dalam mempelajari suatu hal. Seperti apa yang dikemukakan Slameto bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minat (Slameto, 2003:180).

2. Pengertian Belajar

Ada beberapa pengertian belajar, yang menurut pengertian awal adalah kegiatan mencari ilmu pengetahuan sebanyak mungkin. Hal ini senada dengan pendapat S. Nasution yang *menyatakan* belajar adalah kegiatan untuk menambah dan mengumpulkan ilmu (Nasution, 1986:17).

Sedangkan menurut Slameto yang menyorot pengertian belajar dari segi psikologi bahwa belajar adalah suatu proses usaha yang dilakukan seseorang untuk mencari apa yang ingin diketahuinya (Slameto, 1995:21).

3. Minat Belajar

Pada hakekatnya minat belajar merupakan unsur ketertarikan terhadap sesuatu yang muncul dari dalam diri pribadi peserta didik karena objek tersebut mampu menarik perhatian seseorang.

Minat merupakan landasan yang paling meyakinkan demi keberhasilan suatu proses belajar mengajar. Jika seseorang memiliki minat yang tinggi atau rasa ingin tahu yang tinggi, maka ia akan cepat mengerti dan memahami pelajaran yang diterimanya itu. Sebaliknya, kalau siswa tidak memiliki minat terhadap suatu pelajaran, maka dia akan sulit mengerti dan memahami pelajaran yang diberikan kepadanya (Singer, 1987:17). Hal senada juga dikemukakan oleh Uzer Usman bahwa kondisi belajar mengajar yang ditandai adanya minat dan perhatian dalam menerima pelajaran. Minat ini besar sekali pengaruhnya terhadap belajar, sebab seorang dengan minat tertentu akan mengerjakan apa yang diminati tadi dengan setulus hati (Usman, 1991:21).

Demikian juga Whithdanerington, minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek orang, suatu soal atau suatu situasi yang bersangkutan paut dengan dirinya (Whithdanerington, 1983:135).

Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktifitas. Siswa yang memiliki minat terhadap satu subjek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subyek tersebut (Slameto, 2003:180)

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Menurut Sukardi ada dua faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

commit to user

- 1) Faktor endogen merupakan faktor yang berasal dari dalam anak itu sendiri, meliputi:
 - a) Kemampuan dasar yang dimiliki siswa
 - b) Pengalaman dasar yang dimiliki siswa
 - c) Perhatian siswa terhadap mata pelajaran
 - d) Bakat yang ada dalam diri siswa
- 2) Faktor eksogen, merupakan faktor yang berasal dari luar, meliputi:
 - a) Kualitas PBM di sekolah yaitu meliputi kualitas sistem PBM, sarana prasarana, dan kualitas guru yang menyajikan mata pelajaran.
 - b) Status mata pelajaran di sekolah, yaitu penting tidaknya pelajaran itu bagi keberhasilan sistem pendidikan di sekolah (Sukardi,1983:49).

5. Cara meningkatkan minat

Minat dapat timbul karena daya dari luar dan juga datang dari hati sanubari. Minat yang besar terhadap sesuatu merupakan modal yang besar untuk mencapai/memperoleh benda atau tujuan yang diminati itu. Minat belajar cenderung menghasilkan hasil belajar yang tinggi, sebaliknya minat belajar yang kurang akan menghasilkan hasil belajar yang rendah.

Djamarah, mengemukakan bahwa cara-cara yang dapat dilakukan guru untuk meningkatkan minat siswa yaitu antara lain:

- 1) Membandingkan adanya suatu kebutuhan pada siswa sehingga rela belajar tanpa ada paksaan.
- 2) Menghubungkan bahan pelajaran yang diberikan dengan pengalaman siswa sehingga materi mudah diterima siswa.
- 3) Memberikan kesempatan pada siswa untuk mendapatkan hasil belajar yang baik dengan menciptakan lingkungan belajar yang kreatif dan kondusif.
- 4) Menggunakan bentuk dan teknik mengajar yang bervariasi. (Djamarah dalam Haryati, 2007:23)

Dengan mengikuti tahapan-tahapan seperti diatas, diharapkan dengan media kartun dan media power point, dapat membentuk minat baru dalam diri siswa untuk lebih aktif dan kreatif dalam mengikuti proses pembelajaran dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Cara-cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat yang dimiliki oleh siswa antara lain:

1) Dengan minat yang sudah ada.

Seseorang mungkin tidak atau kurang berminat terhadap sesuatu, tetapi karena sesuatu tersebut berkaitan dengan hal lain dimana dia memiliki minat pada hal tersebut, maka minatnya dapat meningkat.

2) Dengan memberi informasi yang berhubungan dengan hal yang telah lalu serta bermanfaat bagi masa depan.

3) Dengan pemberian insentif berupa rangsangan dengan memberikan hadiah. (Slameto, 2003:180-181)

III. Hasil Belajar

Hasil belajar adalah kemampuan yang diperoleh anak setelah melalui kegiatan belajar. Belajar itu sendiri merupakan suatu proses dari seseorang yang berusaha untuk memperoleh suatu bentuk perubahan perilaku yang relatif menetap.

Dalam kegiatan pembelajaran atau kegiatan instruksional, biasanya guru menetapkan tujuan belajar. Siswa yang berhasil dalam belajar adalah yang berhasil mencapai tujuan-tujuan pembelajaran atau tujuan instruksional. Menurut Benjamin tiga ranah (domain) hasil belajar, yaitu kognitif, afektif dan psikomotorik. (Benjamin dalam Abdurrahman, 1990:50)

Menurut Romizowski hasil belajar merupakan keluaran (outputs) dari suatu sistem pemrosesan masukan (input). Masukan dari sistem tersebut berupa bermacam-macam informasi sedangkan keluarannya adalah perbuatan atau kinerja (performance). (Romizowski dalam Abdurrahman, 1990:57).

Dapat disimpulkan bahwa hasil belajar adalah pencapaian bentuk perubahan perilaku yang cenderung menetap dari ranah kognitif, afektif, dan psikomotoris dari proses belajar yang dilakukan dalam waktu tertentu.

Dasar-dasar psikologi belajar mengkaiteratkan dengan adanya aspek pengertian belajar itu sendiri. Belajar adalah kegiatan pengamatan dengan menggunakan kemampuan *evaluation, measurement, assessment, alternative*, dan *authntic* secara alamiah. Setiap orang memiliki dasar-dasar kemampuan untuk belajar. Bahkan orang-

commit to user

orang dari masa prasejarahpun memiliki kemampuan ini dan menjalankannya untuk bisa tetap hidup dan mengembangkan hidupnya. Hal yang perlu dilakukan adalah melatih orang, melatih murid, melatih mahasiswa, untuk dapat menggali kemampuan potensialnya sendiri sehingga mampu menjalankan kegiatan belajar secara lebih sistematis. Anggapan orang yang memiliki kemampuan potensial belajar, maka pelatihan belajar dipergunakan untuk menggali potensi itu kiranya dapat dimulai sejak jenjang pendidikan paling awal, yaitu pendidikan dalam keluarga. Anak-anak pada masa prasekolah sudah dapat mulai dilatih untuk menemukan masalah, merancang cara mengatasi, menjalankan cara itu, menilai hasil, dan menetapkan serta menjalankan tindak lanjut. Pola pelatihan ini dapat dilanjutkan pada jenjang pendidikan sekolah, sejak dari *play group*, TK, dan seterusnya hingga perguruan tinggi. Berbagai teknik mengajar dan belajar sesuai dengan jenjang pendidikannya dapat dilakukan untuk menumbuhkan motivasi belajar. Proses pembelajaran dapat diarahkan oleh guru agar kemauan dan ketrampilan belajar yang didorong oleh motivasi dari dalam diri dapat tumbuh dan berkembang dalam diri (Mudjiman, 2009:9)

Selanjutnya Benjamin berpendapat bahwa hasil belajar dapat dikelompokkan kedalam dua macam yaitu pengetahuan dan ketrampilan.

1) Pengetahuan tentang fakta

Pengetahuan tentang fakta adalah: segala hal yang telah diketahui dan berhubungan secara langsung maupun tidak langsung mengenai hal yang telah teruji kebenarannya.

2) Pengetahuan tentang prosedural

Pengetahuan tentang prosedural adalah: segala hal yang telah diketahui mengenai tata cara dan urutan penggunaan suatu hal.

3) Pengetahuan tentang konsep

Pengetahuan tentang konsep adalah: segala hal yang telah diketahui mengenai kerangka pikir yang telah terencana secara matang tentang suatu hal dan disertai adanya perkiraan hasil yang akan dicapai.

4) Pengetahuan tentang prinsip

Pengetahuan tentang prinsip adalah: segala hal yang telah diketahui mengenai hal yang pokok dan fundamental yang mendasari untuk melakukan suatu hal secara konsekuen.

Keterampilan juga terdiri dari empat kategori, yaitu:

1) Keterampilan untuk berpikir atau keterampilan kognitif

Keterampilan untuk berpikir atau keterampilan kognitif adalah: kemampuan dasar yang dimiliki oleh seseorang untuk kemampuan awalnya.

2) Keterampilan untuk bertindak atau keterampilan motorik

Keterampilan untuk bertindak atau keterampilan motorik adalah kemampuan dasar yang dimiliki oleh seseorang untuk mengembangkan kemampuan awalnya.

3) Keterampilan berkreasi atau bersikap

Keterampilan berkreasi atau bersikap adalah: kemampuan dasar yang dimiliki oleh seseorang untuk memunculkan, mengemukakan, mengembangkan ide dengan berdifusi dan berinovasi yang dimilikinya dan melakukan suatu hal berdasarkan ide tersebut.

4) Keterampilan berinteraksi

Keterampilan berinteraksi adalah: kemampuan dasar yang dimiliki oleh seseorang untuk berhubungan dan berkomunikasi dengan lingkungan sekitar.

Untuk memperoleh hasil belajar, dilakukan evaluasi atau penilaian yang merupakan tindak lanjut atau cara untuk mengukur tingkat penguasaan siswa. Kemajuan prestasi belajar siswa tidak saja diukur dari tingkat penguasaan ilmu pengetahuan tetapi juga sikap dan ketrampilan. Dengan demikian penilaian hasil belajar siswa mencakup pengetahuan, sikap dan ketrampilan.

Hasil belajar adalah segala sesuatu yang menjadi milik siswa sebagai akibat dari kegiatan belajar dilakukannya. (Juliah, 2004). Menurut Hamalik hasil-hasil belajar adalah pola-pola perbuatan nilai-nilai pengertian-pengertian dan sikap-sikap serta apersepsi dan abilitas. (Hamalik, 2008:14-15)

Dari kedua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian hasil belajar adalah perubahan tingkah laku siswa secara nyata setelah dilakukan proses belajar mengajar yang sesuai dengan tujuan pengajaran.

Setelah melalui proses belajar mengajar maka siswa diharapkan dapat mencapai tujuan belajar yang disebut juga sebagai hasil belajar yaitu kemampuan yang dimiliki siswa setelah menjalani proses belajar. Sudjana berpendapat, hasil belajar adalah

kemampuan-kemampuan yang dimiliki siswa setelah siswa mengalami pengalaman belajarnya (Sudjana, 2004:15).

Tujuan belajar adalah sejumlah hasil belajar yang menunjukkan bahwa siswa telah melakukan perbuatan belajar, yang umumnya meliputi pengetahuan, ketrampilan dan sikap-sikap yang baru, yang diharapkan dapat dicapai oleh siswa (Hamalik,2005:37).

Setiap proses belajar mengajar keberhasilannya diukur dapat seberapa jauh hasil belajar yang dicapai siswa, disamping diukur dari segi prosesnya, artinya seberapa jauh tipe hasil belajar dimiliki siswa (Sudjana dan Ibrahim, 2002:39).

Baik buruknya hasil belajar dapat dilihat dari hasil pengukuran yang berupa evaluasi selain mengukur hasil belajar, penilaian dapat juga ditunjukkan kepada proses pembelajaran, yaitu untuk mengetahui sejauh mana tingkat keterlibatan siswa dalam proses belajar. Semakin baik proses pembelajaran dan keaktifan siswa dalam mengikuti proses pembelajaran, maka seharusnya hasil belajar yang diperoleh siswa akan semakin tinggi sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan.

IV. Bahasa dan Gerak Tubuh Pelanggan

Bahasa dan Gerak Tubuh Pelanggan merupakan bagian dari komunikasi. Bahasa pelanggan baik bahasa lisan maupun tulisan pada komunikasi verbal. Bahasa pelanggan apabila ditinjau dari kesan bahasa yang tersirat maka termasuk pada komunikasi non verbal yang dapat didengar (*auditif*). Komunikasi ini disebut dengan paralingustik. Sedangkan gerak tubuh pelanggan termasuk pada komunikasi non verbal yang dapat dilihat (*visual*) dan dinamakan kinestik.

1. Bahasa verbal pelanggan

Bahasa pelanggan baik yang disampaikan secara lisan maupun tulisan berhubungan dengan adalah suatu pesan yang sangat dibutuhkan oleh penjual. Hal ini disebabkan karena dari pesan yang diterima oleh penjual dapat ditentukan apakah calon pembeli akan meneruskan jual beli ke tahap transaksi atau tidak.

Pesan yang disampaikan calon pelanggan yang dapat dimengerti langsung oleh penjual adalah komunikasi verbal. Dari bahasa lisan pelanggan saat terjadinya proses jual beli secara langsung, penjual dapat mengetahui apakah calon pelanggan akan meneruskan jual beli atau tidak. Dari bahasa pelanggan tersebut akan tampak sinyal-sinyal kecenderungan

pembelian atau tidak. Diantara sinyal-sinyal tersebut menunjukkan konfirmasi antara calon pelanggan dan penjual tentang hubungan jual beli.

2. Pesan non verbal dari bahasa verbal pelanggan

Pesan non verbal dari bahasa verbal pelanggan disebut paralinguistik, yaitu jenis komunikasi yang berkaitan dengan cara bagaimana seseorang mengucapkan atau menyampaikan pesan. Paralinguistik dapat menunjukkan bagaimana suatu pembicaraan disampaikan dan sekaligus menunjukkan tentang keadaan emosi dan sikapnya. Paralinguistik adalah alat yang paling cermat untuk menyampaikan perasaan kita kepada orang lain. Pesan paralinguistik meliputi nada, kualitas suara, volume, kecepatan, dan ritme. Nada dapat mengungkapkan gairah, kekuatan, kesedihan, kesungguhan ataupun kasih sayang.

Nada bicara calon pelanggan dapat memperteguh dan memastikan dampak kata yang diucapkan. Untuk lebih jelasnya perhatikan contoh berikut ini:

1) Nada Suara

Nada suara dapat ditangkap dari calon pelanggan menunjukkan kesungguhan atau tidaknya dalam jual beli

- a) Nada suara yang penuh, berulang dan tebal yang disertai dengan gerakan.
- b) Suara dan gerak tubuh mengikuti kesungguhan. Misalnya, ungkapan calon pelanggan berikut, “ya...ya...”(sambil mengangguk-anggukkan kepala), setelah dua hari saya pasti ke sini lagi”.
- c) Nada suara yang ringan dan tipis dan tidak disertai dengan gerak tubuh yang menunjukkan pasif atau tidak ada respon dan kemungkinan calon pelanggan tidak bermaksud meneruskan jual beli. Misalnya, ”iya...(tanpa anggukan kepala dengan nada ringan), mungkin nanti, besok atau lusa, saya akan kembali lagi ke sini”.

2) Volume Suara

Volume suara yang ditunjukkan dengan tinggi rendahnya suara menunjukkan keseriusan atau tidaknya calon pembeli dengan produk yang ditawarkan.

- a) Nada suara yang tinggi salah satunya biasanya digunakan untuk menegaskan sesuatu dan yang lebih tinggi lagi saat kita sedang marah.

Gambar 1 Ekspresi Nada Suara Tinggi



Calon pelanggan yang mengungkapkan dengan pernyataannya dengan nada suara yang tinggi lebih cenderung dia tegas dengan keputusannya. Misalnya, “o...okey...okey (dengan nada yang tinggi sambil mengagukkan kepala dan menatap wajah penjual), saya terima produk ini”.

- b) Nada suara rendah merupakan salah satu yang dapat digunakan untuk menyatakan sesuatu yang kurang begitu diminati.

Gambar 2 Ekspresi Rasa Kurang Berminat

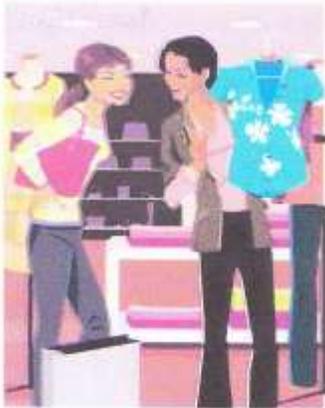


Misalnya, “ya...(dengan nada rendah, tanpa anggukan kepala dan tidak menatap mata penjual), saya berminat dengan barang ini, tapi...”.

3) Kecepatan

Kecepatan dalam bersuara diungkapkan jika ada hal-hal yang perlu ditanggapi dengan serius dan cukup menaruh perhatian, misalnya calon pelanggan akan berbicara dengan nada yang cepat apabila dia terespon atau tertarik untuk memiliki barang.

Gambar 3 Ekspresi Serius



Gambar 4 Ekpresi Positif



Hal ini dibuktikan dengan melontarkan beberapa pertanyaan tentang barang tersebut pada penjual. Apabila calon pembeli berbicara lambat berarti belum terespons, belum tertarik, atau masih ragu dengan barang yang ditawarkan.

4) Ritme

Lancar tidaknya berbicara tergantung dari psikologis seseorang. Orang yang sedang bersedih intonasi suaranya akan terpatah-patah dan tersedu-sedu sekalipun dia tidak menangis. Sebaliknya, orang yang sedang besenang akan berbicara lancar dan biasanya diselingi tawa serta raut muka yang cerah.

Gambar 5 Raut Muka Sedih



Gambar 6 Tertarik Produk



Begitu pula dengan calon pembeli apabila dia lancar berbicara dapat dipastikan dia senang dengan barang yang kita tawarkan, dan sebaliknya apabila dia berbicara dengan nada yang kaku berarti kurang begitu senang dengan barang yang ditawarkan dan dia tidak tertarik untuk menanggapi.

3. Bahasa tubuh pelanggan

Bahasa tubuh adalah pesan non verbal visual (dapat dilihat, yang diantaranya disebut dengan kinesik dan proksemik. Dari kesan kinesik dan proksemik calon pembeli akan dapat diketahui ketertarikan atau tidaknya terhadap produk yang ditawarkan.

1) Kinesik

Kinesik adalah suatu pesan yang menggunakan gerakan tubuh, gerakan anggota tubuh, ekspresi wajah, gerakan mata, ukuran badan (tinggi, pendek), berat badan (kurus, sedang dan gemuk), dan penampilan sosok diri secara umum. Pesan kinesik ini terdiri atas tiga komponen utama, yaitu sebagai berikut :

a. Pesan fasial

Gambar 7 Mimik Sedih



Gambar 8 Mimik Murka



Pesan fasial yaitu pesan dengan menggunakan mimik muka untuk menyampaikan makna tertentu. Calon pelanggan yang raut muka cerah saat menerima penawaran barang dari penjual menunjukkan respons yang baik dan ada kemungkinan untuk melakukan transaksi.

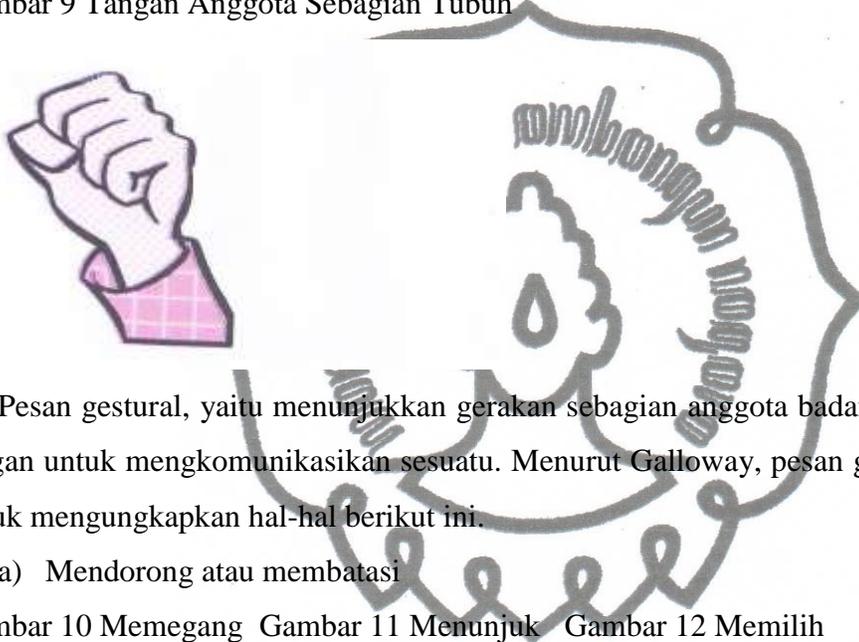
Akan tetapi apabila raut muka calon pelanggan kurang berseri dan ekspresi kurang senang ada kemungkinan tidak berhasrat untuk melakukan transaksi. Seperti petunjuk kinesik lainnya, petunjuk wajahpun menimbulkan persepsi yang dapat diandalkan. Cicero, tokoh retorika berkata “Wajah adalah cerminan jiwa”, ahli komunikasi nonverbal Lethers, menuliskan tentang penelitian wajah sebagai berikut.

- a) Wajah mengkomunikasi penilaian dengan ekspresi senang tidak senang yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau jelek.

- b) Wajah mengkomunikasi berminat atau tidak berminat kepada orang lain, pada lingkungan atau barang.
- c) Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam suatu situasi.
- d) Wajah mengendalikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataanya sendiri.
- e) Wajah mengkomunikasikan adanya atau kurangnya pengertian, (Lethers,1976:21)

b. Pesan gestural

Gambar 9 Tangan Anggota Sebagian Tubuh



Pesan gestural, yaitu menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasikan sesuatu. Menurut Galloway, pesan gestural digunakan untuk mengungkapkan hal-hal berikut ini.

- a) Mendorong atau membatasi

Gambar 10 Memegang Gambar 11 Menunjuk Gambar 12 Memilih



Bahasa tubuh calon pelanggan yang menandakan adanya dorongan untuk melakukan pembelian biasanya dengan tidak menunjuk dan memilih barang.

Gambar 13 Berlalu

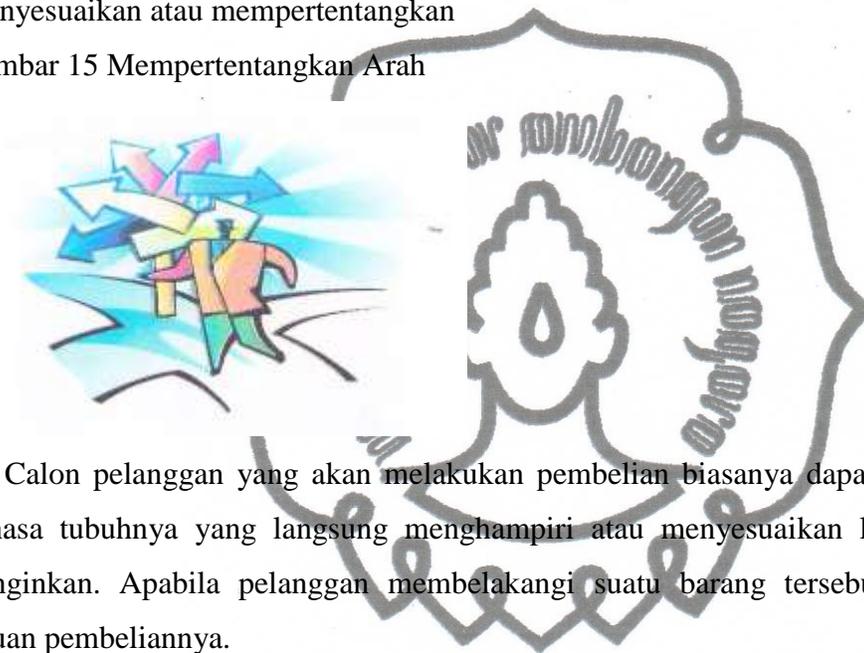


Gambar 14 Fokus



Menyesuaikan atau mempertentangkan

Gambar 15 Mempertentangkan Arah



Calon pelanggan yang akan melakukan pembelian biasanya dapat ditunjukkan dari bahasa tubuhnya yang langsung menghampiri atau menyesuaikan letak barang yang diinginkan. Apabila pelanggan membelakangi suatu barang tersebut bukan menjadi tujuan pembeliannya.

Gambar 16 Menghadap Produk Gambar 17 Membelakangi Produk



Calon pelanggan yang memilih barang yang ditawarkan menunjukkan adanya respons terhadap barang tersebut. Akan tetapi, apabila pelanggan tidak merabanya berarti tidak ada respons terhadap barang tersebut *mmmit to user*

a) Perasaan positif atau negatif

Gambar 18 Ekspresi Positif



Calon pelanggan yang memegang dan melihat dengan seksama barang yang ditawarkan, hal ini menunjukkan adanya perasaan positif terhadap barang tersebut. Akan tetapi, apabila hanya disentuh, berarti ada perasaan kurang baik terhadap barang tersebut.

b) Memperhatikan atau tidak memperhatikan.

Gambar 19 Mencoba

Gambar 20 Menghampiri



Apabila suatu barang diamati dengan hati-hati, teliti, dan konsentrasi oleh calon pelanggan kemungkinan besar ia ingin memiliki barang tersebut, tetapi bila ia tidak menaruh perhatian terhadap barang perhatian terhadap barang berarti tidak berminat untuk memilikinya.

c. Pesan postural

Sebagaimana telah dijelaskan, pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan. Mehrabian menyebutkan makna yang dapat disampaikan postur, yaitu *immediacy* dan *responseveness*.

a) *Immediacy*

Gambar 21 Membungkuk Gambar 22 Memperhatikan Gambar 23 Menyamping



Immediacy, yaitu ungkapan kesukaan atau ketidaksukaan terhadap individu atau suatu barang dapat dilihat dari posisi tubuh. Misalnya, seorang calon pelanggan yang menyukai suatu barang, maka barang tersebut yang disertai meraba bahkan mencobanya (misalnya pakaian). Jika tidak menyukai suatu barang, maka barang tersebut tidak dilirik, diraba atau dihadapi.

b) *Responsiveness*

Gambar 24 Menuju Produk Gambar 25 Memilih dan Mengamati Produk



Responsiveness, yaitu mengungkapkan apabila ia beraksi secara emosional pada lingkungan secara positif atau negatif. Misalnya, pelanggan yang sangat menginginkan suatu barang akan segera menghampiri barang tersebut, sebaliknya apabila hanya menghampiri dengan santai berarti tidak terlalu menginginkan barang tersebut.

c) Proksemik

Gambar 26 Jarak Komunikasi



Proksemik adalah pesan bahasa tubuh yang dapat diperoleh melalui jarak atau zona atau posisi ruang dalam berkomunikasi.

d) Jarak intim

Gambar 27 Jarak Intim



Jarak intim adalah jarak antar komunikator atau komunikan sekitar 15-46. Jarak ini adalah posisi sangat pribadi dimana hanya orang-orang terdekatlah yang dapat masuk zona ini. Hal ini juga berlaku pada dunia bisnis, dimana calon pelanggan menggunakan zona ini saat berhubungan dengan barang yang ditawarkan. Pelanggan meraba-raba barang tersebut dan cukup dekat dengan penjual, misalnya saat menunjukkan daftar harga barang kepada calon pelanggan. Apabila jarak ini digunakan, calon pelanggan kemungkinan besar menyenangkan dan akan meneruskan jual beli.

e) Jarak pribadi

Gambar 28 Jarak Pribadi



Jarak pribadi adalah jarak antara komunikator dan komunikan sekitar 46cm-1,2 m. Jarak ini adalah yang sering dilakukan seperti pada acara pesta di kantor, guru dan murid di kelas ataupun yang lainnya. Jika seorang calon pembeli memposisikan dirinya antara penjual atau barang dengan jarak pribadi ini, kemungkinan besar calon pelanggan tersebut akan melakukan transaksi, asal penjual dapat memotivasinya dengan baik.

f) Jarak sosial

Gambar 29 Jarak Sosial



Jarak sosial adalah jarak antara penjual atau barang dengan pelanggan 1,2-3,6 m. Jarak ini adalah jarak yang sering digunakan untuk orang yang dianggap asing oleh komunikator atau penjual. Apabila posisi calon pelanggan menggunakan jarak sosial saat berhubungan dengan penjual atau dengan barang yang ditawarkan, kemungkinan besar calon pelanggan tersebut tidak berminat untuk melakukan transaksi.

g) Jarak umum

Gambar 30 Jarak Umum



Jarak umum adalah jarak antara penjual atau barang dengan pelanggan 3,6 m atau sekitar 12 kaki, jarak ini adalah jarak yang kurang komunikatif. Apabila calon pelanggan memposisikan diri dengan penjual dan barang yang ditawarkan dengan jarak umum, maka menunjukkan tidak adanya perhatian.

h) Respon dari calon pelanggan

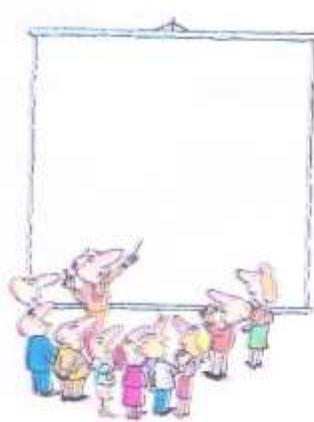
Respon dari calon pelanggan terhadap penjual atau terhadap barang yang ditawarkan dapat berupa respon, ucapan, sikap, atau respon tindakan.

a) *Listening Responses*

Gambar 31 Mendengar Kurang



Gambar 32 Memperhatikan



Listening responses adalah respons mendengarkan dari calon pelanggan terhadap informasi dari barang yang ditawarkan. Apabila calon pelanggan mendengarkan atau menyimak dengan seksama, berarti ia menunjukkan respons yang besar terhadap barang yang ditawarkan. Dalam praktik komunikasi, ada empat respons verbal dalam mendengarkan yang dapat digunakan dan dijadikan acuan untuk menarik kesimpulan

tentang calon pelanggan, yaitu *clarification*, *paraphrase*, *reflection of feeling*, dan *summarization*.

Gambar 33 Ekspresi *Clarificat* Gambar 34 Ekspresi *Peraph* Gambar 35 *Reflection Feel*



b) *Clarification*

Clarification, yaitu bentuk respons untuk mencari atau menentukan kejelasan, misalnya: “Apakah yang Anda maksudkan bahwa mesin jahit ini bekerja dengan lebih rapi, tolong dicoba...”

c) *Paraphrase*

Paraphrase, yaitu bentuk respons berupa pengembalian isi pesan, misalnya “Anda menyatakan bahwa komputer ini bekerja lebih canggih dari merek lain...”

d) *Reflection of feeling*

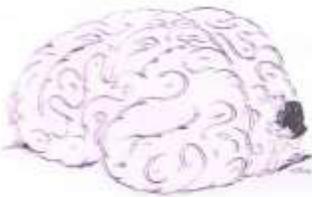
Reflection of feeling, yaitu bentuk respons yang berkaitan dengan perasaan pada pesan penjual. Misalnya, saya masih belum merasakan enakny alat pijat elektrik ini...”

e) *Summerization*

Summerization, yaitu bentuk respons yang menyimpulkan dua *paraphrase* atau *refleksi perasaan* agar pesan-pesan komunikasi menjadi ringkas dan padat. Misalnya, “Singkatnya, saya akui bahwa kue ini lebih enak rasanya...”

f) *Action responses*

Gambar 36 Ingin Tahu



Gambar 37 Memeriksa



commit to user

Action responses adalah respon dalam bentuk tindakan atau reaksi langsung, sehingga sikapnya lebih aktif dibandingkan dengan respons mendengarkan. Respons tindakan didasarkan pada pemahaman calon penjual dan hipotesis terhadap pesan dari penjual. Respons tindakan ini dapat membantu agar mampu mengekspresikan kebutuhan, keinginan, atau perasaan yang ada dalam dirinya. Berkaitan dengan respons tindakan verbal, ada empat cara yang dapat digunakan oleh seorang penjual, yaitu *probe*, *ability potencial*, *confrontation* dan *interpretation*.

a) *Probe*

Probe, yaitu bentuk pernyataan yang sifatnya memeriksa atau menyelidiki untuk mengetahui keadaan atau kesimpulan komunikasi. Seperti, “Bagaimana, mau berapa unit komputer dibutuhkannya...? Karena barangnya dapat dikirimkan...?”

b) *Ability Potencial*

Ability Potencial, yaitu bentuk pernyataan dari calon penjual yang menunjukkan atau menggambarkan kemampuan penjual dalam melakukan sesuatu. Misalnya, :Saya kagum, dengan kehebatan mesin cuci ini...

c) *Confrontation*

Confrontation, yaitu tindakan untuk mengungkapkan kemungkinan-kemungkinan lain yang sedang dihadapi komunikasi. Misalnya, “Pendapat Anda bagus, tetapi barang ini kenyataannya...”. ungkapan calon pelanggan tersebut lebih cenderung menilai kurang baik terhadap barang tersebut.

d) *Interpretation*

Interpretation, yaitu bentuk respons berupa penjelasan atau pemahaman terhadap berbagai informasi yang disampaikan calon pelanggan. Misalnya, Dari penampilannya, motor ini lebih hebat dari motor-motor lain...”. Calon pelanggan sudah menilai untuk dirinya dan cenderung akan melakukan pembelian.

g) Teaching responses

Gambar 38 Memberi Saran Gambar 39 Memberi Informasi



Teaching responses, yaitu tindakan komunikator yang berperan sebagai instruktur, seperti memberikan informasi, penjelasan, petunjuk mencotohny, menasihati, dan sebagainya. Respons intruksional terdiri atas beberapa macam, yaitu sebagai berikut.

i) Instruction responses

Instructional responses, yaitu pernyataan calon pelanggan untuk memberitahukan sesuatu kepada pembeli, dimana sifatnya intruksional mempengaruhi. Akan tetapi, pemberitahuan ini tidak terkesan selama intruksi, karena terselubung oleh kalimat yang lembut. Misalnya, “Apakah kue merek ini lebih manis rasanya daripada itu...” menurut saya kue terbaik adalah ini bukan yang itu...”.

j) Verbal setting responses

Verbal setting responses, yaitu suatu pernyataan yang menjelaskan atau mengenai perlakuan dan kemungkinan keuntungan dari perlakuan tersebut. Misalnya, jika harga barang ini diskon 20 % saya akan beli tiga”.

k) Information giving

Pemberian informasi, yaitu bentuk verbal menganalisa keterangan berupa data-data atau fakta-fakta. Misalnya “Dari hasil wawancara, Anda dinilai cukup mampu untuk ditempatkan seorang pemeriksa intern di perusahaan...”.

1) *Sharing responses*

Gambar 40 *Sharing Respon*



Sharing responses adalah respons yang menekankan pada kebersamaan antara penjual dan calon pembeli, seperti mengenai pemikiran, keyakinan, dan pengalaman yang sama. Bentuk respons kebersamaan terdiri atas dua macam, yaitu sebagai berikut.

a) *Self disclosure*

Self discloours, yaitu respons dari calon pelanggan dengan cara mengungkapkan mengenai dirinya. Misalnya, “Saya sudah memakai barang ini sekitar lima tahun, maka saya percaya dengan kualitasnya”.

B. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian mengenai pembelajaran kuantum yang dilakukan oleh Ika Pratiwi (2005) menunjukkan bahwa hasil belajar efektif siswa yang diajar dengan menggunakan pembelajaran kuantum lebih baik daripada siswa yang diajar dengan pembelajaran kooperatif dan meningkatkan prestasi belajar siswa di SMP Muhamadiyah 6 di Surabaya sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aulia Susanti (2001) menunjukkan bahwa dengan penggunaan media kartun pada proses belajar mengajar maupun meningkatkan hasil belajar siswa.

Mapping perbedaan penelitian terdahulu.

Tabel 1. Mapping perbedaan penelitian terdahulu

No.	Perbedaan	Variabel	Sasaran penelitian	Tahun penelitian
1.	Ika Pratiwi	Ada tiga variabel yaitu: <ul style="list-style-type: none"> • Model pembelajarn kuantum • Model pembelajaran kooperatif • Tipe STAD • Prestasi Belajar 	Siswa di SMP Muhamadiyah 6 Surabaya kelas VII tahun akademik 2004/200	2005
2.	Aulia Susanti	Ada dua variabel yaitu: <ul style="list-style-type: none"> • Media kartun • Hasil belajar 	Sisw kelas VI semester ganjil, di SDN Simogirang 2 Prambon Sidoarjo 2001/2002	2001

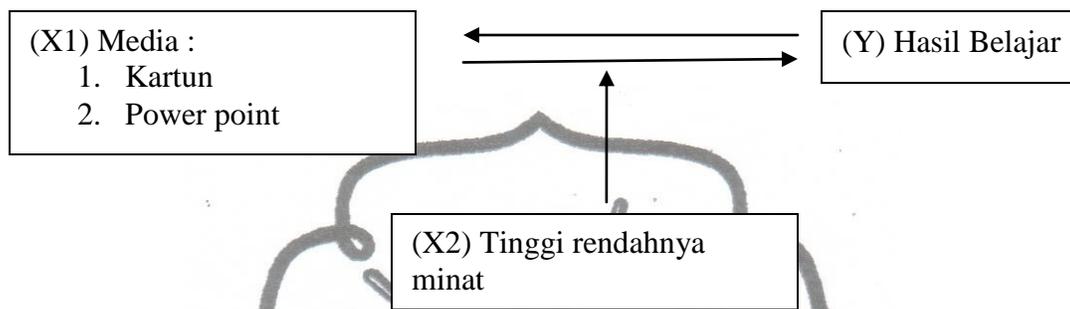
C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan teori, penelitian ini bertitik tolak pada pemikiran bahwa:

1. Penerapan media kartun akan meningkatkan motivasi siswa untuk belajar, sehingga siswa dapat mencapai hasil belajar yang diinginkan.
2. Minat yang dimiliki oleh para siswa dalam belajar. Minat belajar dapat mempengaruhi hasil belajar siswa karena tanpa adanya minat, kegiatan belajar kurang optimal karena terkesan adanya suatu pemaksaan bagi diri siswa untuk melakukan kegiatan belajar tersebut.
3. Penggunaan media pembelajaran, khususnya penggunaan media kartun dan media power point diharapkan dapat mengembangkan minat siswa dengan disiplin ilmu pemasaran tercapainya hasil belajar secara maksimal.

Berikut ini merupakan kerangka berfikir, sebagai titik tolak pemikiran yang menggambarkan penggunaan media kartun dan power point terhadap hasil belajar siswa ditinjau dari tinggi rendahnya minat belajar siswa, yaitu:

Gambar 41. Kerangka Berpikir



D. Hipotesis

Sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang ada dirumuskan hipotesis, sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan pengaruh penggunaan media kartun dan media power point terhadap hasil belajar siswa pada materi bahasa dan gerak tubuh pelanggan siswa kelas XII jurusan penjualan SMK di Surakarta
2. Terdapat perbedaan pengaruh minat belajar tinggi dan minat belajar rendah terhadap hasil belajar siswa pada materi bahasa dan gerak tubuh pelanggan siswa jurusan penjualan SMK di Surakarta.
3. Terdapat interaksi pengaruh antara penggunaan media kartun dan media power point dan minat belajar siswa terhadap hasil belajar siswa pada materi bahasa dan gerak tubuh pelanggan siswa kelas XII jurusan penjualan SMK di Surakarta.