

ABSTRACT

Nurul Fitriyah. 2016. The Use of Advertisement to Improve Student's Vocabulary (An Experimental Study) At the Eleventh Grade of MA Irtiqaiyah Banjarmasin Academic Year 2015/2016. Thesis. English Education Department, Faculty of Tarbiyah and Teachers Training. Advisor: Drs. Saadillah, M.Pd.

Keywords: Vocabulary, Advertisement.

This research aims to know effectivity of using advertisement in teaching and learning process to improve students' vocabulary than using media which often had been used by teacher of the school. Researcher has chosen semi-experimental study, researcher conducted among six meetings include pre-test, teaching and learning process, and post-test.

This research conducted on students of class XI IPA and XI IPS at MA Irtiqaiyah Banjarmasin academic year 2015/2016. Both of class was chosen as subject of the research. The subject in experimental class is 13 students and the subject in control class is 13 students. The overall number is 26 students.

The technique that uses to collect the data is vocabulary test consisting of 15 multiple choice, 10 true or false, and 5 matching picture with vocabularies, observation, interview, and documentary.

The result of this research indicated that the score of pre-test in experiment class is 62.53 and in control class is 55.00. Then the score of post-test in experiment class is 74.19 and 59.73 in control class. This research indicated that Alternative Hypothesis (H_a) is accepted and Null Hypothesis (H_0) is rejected, because the students' test (t_0) is higher than t table (tt). So, there is a significant difference in students' achievement in improve of vocabulary using advertisement in experiment class and without using advertisement in control class. It can be seen from t test ($5\% = 3,306$). It can conclude that the result in English teaching and learning by using advertisement can improve vocabularies' students.

ABSTRAK

Nurul Fitriyah. 2016. *Penggunaan Iklan dalam meningkatkan Kosakata Siswa (Sebuah Studi Eksperimen) pada Kelas Sebelas di MA Irtiqaiyah Banjarmasin Tahun Ajaran 2015/2016.* Tesis, Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan. Pembimbing: Drs. Saadillah, M.Pd.

Kata Kunci : Kosakata, Iklan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas dari penggunaan media iklan dalam pembelajaran kosakata untuk membantu meningkatkan kemampuan kosakata siswa dipercaya lebih meningkat atau berkembang daripada metode yang biasanya dipakai oleh guru disekolah tersebut. Peneliti telah memilih penelitian semi Eksperimen yang dilakukan selama 6 kali pertemuan termasuk tes, perlakuan dan tes akhir.

Penelitian ini dilakukan pada siswa kelas XI IPA dan XI IPS MA Irtiqaiyah Banjarmasin tahun akademik 2015/2016. Dua kelas telah dipilih sebagai subyek penelitian. Satu kelas sebagai kelompok eksperimen terdiri dari 13 siswa dan kelas control terdiri dari 13 siswa. Jumlah keseluruhannya adalah 26 siswa.

Teknik yang digunakan dalam menggali data adalah tes kosakata yang terdiri dari 15 pilihan ganda, 10 memilih jawaban yang tepat 'benar atau salah', dan 5 mencocokkan gambar dengan kosakata, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata tes awal dari kelompok eksperimen adalah 62.53 dan untuk kelompok kontrol adalah 55.00. Dan nilai rata-rata dari tes akhir untuk kelompok eksperimen adalah 74.19 dan 59.73 untuk kelompok kontrol. Penelitian ini menunjukkan bahwa Alternatif Hipotesis (H_a) diterima dan Null hypothesis (H_0) ditolak, karena uji t siswa lebih tinggi dari t tabel (t_t). Jadi, ada perbedaan yang signifikan dalam prestasi siswa dalam meningkatkan kosakata melalui iklan dalam kelas eksperimen dan tanpa menggunakan iklan dalam kelas kontrol. Hal ini dapat dilihat dari t test ($5\% = 3,306$). Dapat disimpulkan bahwa hasil dari proses belajar mengajar Bahasa Inggris dengan menggunakan iklan dapat meningkatkan kosakata siswa.