

Layanan komunikasi persuasif : suatu upaya peningkatkan peran aktif peserta tuton terkategori pasif

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20407502&lokasi=lokal>

Abstrak

Model komunikasi persuasif bagi peserta tutorial online (tuton) terkategori pasif dikembangkan guna meningkatkan peran aktif mereka dalam kegiatan tuton. Pengembangan model ini dilakukan mengingat masih banyaknya peserta tuton yang terkategori pasif pada tiap semester, salah satunya adalah peserta tuton untuk matakuliah Pengantar Ilmu Komunikasi (SKOM 4101). padahal peran aktif mereka dalam kegiatan tuton (dalam diskusi maupun pengerjaan tugas) akan berkontribusi secara positif terhadap nilai ujian akhir untuk matakuliah terkait. Penelitian ini merupakan jenis penelitian Research And Development, dengan tahapan sebagai berikut: (1) melakukan inventarisasi peserta tuton matakuliah pengantar Ilmu Komunikasi masa registrasi 2013.1 yang terkategori pasif, (2) melakukan survai kepada mahasiswa peserta tuton matakuliah Pengantar Ilmu Komunikasi masa registrasi 2013.1 yang terkategori pasif dan terpilih sebagai responden penelitian, guna mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan mereka tidak berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan tuton, (3) mengembangkan model layanan komunikasi persuasif, dan (4) melakukan uji coba model kepada responden penelitian dengan menggunakan metode eksperimen yaitu dengan tahapan kegiatan pretest, treatment, pottest. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa peserta tuton Pengantar Ilmu Komunikasi kelas 01 pada masa registrasi 2013.1 yang terkategori pasif. Sampel penelitian diambil secara keseluruhan dari populasi. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa: (1) ada 37 peserta tuton Pengantar Ilmu Komunikasi kelas 01 yang terkategori pasif, (2) faktor yang menjadi alasan ketidakaktifan mereka dalam kegiatan tuton adalah kesibukan kerja, sehingga mereka tidak memiliki waktu untuk berperan aktif dalam kegiatan tuton yang mereka ikuti, (3) model layanan komunikasi persuasif yang dikembangkan adalah layanan komunikasi persuasif berbentuk surat elektronik yang dikirim langsung ke alamat email masing-masing responden, (4) hasil uji coba surat layanan komunikasi persuasif yang dikembangkan menunjukkan bahwa terjadi perubahan perilaku responden, yaitu mereka kemudian menjadi aktif dalam kegiatan tuton yang ditunjukkan dengan pengiriman tugas oleh responden setelah mereka memperoleh surat elektronik yang dikemas dalam bentuk komunikasi persuasif.