

LAYANAN KOMUNIKASI PERSUASIF: SUATU UPAYA PENINGKATKAN PERAN AKTIF PESERTA TUTOR TERKATEGORI PASIF

Nila Kusuma Windrati (nilakw@ut.ac.id)

FISIP-UT, Jl. Cabe raya, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan - 15418

ABSTRAK

Model komunikasi persuasif bagi peserta *tutorial online* (tutor) terkategori pasif dikembangkan guna meningkatkan peran aktif mereka dalam kegiatan tutor. Pengembangan model ini dilakukan mengingat masih banyaknya peserta tutor yang terkategori pasif pada tiap semester, salah satunya adalah peserta tutor untuk matakuliah Pengantar Ilmu Komunikasi (SKOM 4101). Padahal peran aktif mereka dalam kegiatan tutor (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 tutor matakuliah pengantar Ilmu Komunikasi masa registrasi 2013.1 yang terkategori pasif, (2) melakukan survai kepada mahasiswa peserta tutor 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 tutor, (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*, *posttest*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa peserta tutor 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 tutor Pengantar Ilmu Komunikasi kelas 01 yang terkategori pasif, (2) faktor yang menjadi alasan ketidakaktifan mereka dalam kegiatan tutor adalah kesibukan kerja, sehingga mereka tidak memiliki waktu untuk berperan aktif dalam kegiatan tutor 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 tutor yang ditunjukkan dengan pengiriman tugas oleh responden setelah mereka memperoleh surat elektronik yang dikemas dalam bentuk komunikasi persuasif.

Kata kunci: komunikasi persuasif, layanan, peserta tutor pasif, tutorial online

ABSTRACT

Persuasive communication model for online tutorial participants categorized passive developed to increase their active role in the activities online tutorial. The development of this model is done considering the number of participants categorized Tutor passive in every semester, one of them is Online tutorial participants for the course Introduction to Communication Studies (SKOM 4101). Though their active role in the activities online tutorial (in discussion or workmanship assignment) will contribute positively to indigo final

exam for the course related. This research is research Research And Development, with the following stages : (1) conduct an inventory of the participants Tuton Communication Studies introductory course registration period 2013.1 categorized passive, (2) conduct a survey of students participating in Science Communication Tuton introductory course registration period 2013.1 categorized passive and chosen as research respondents, in order to determine the factors that cause they do not participate actively in the activities online tutorial, (3) develop a model of persuasive communication service, (4) to test a model to study respondents using the experimental method is the stage of activity pretest, treatment, posttest . The population in this study were all students participating online tutorial Introduction to Communication Studies class 01 at the time of registration are categorized passive 2013.1. Samples were taken from the overall population. The findings showed that: (1) there are 37 participants online tutorial Introduction to Communication Studies class 01 which categori passive, (2) factor is the reason for their inactivity in online tutorial activities are busy work, so they do not have the time to participate in activities online tutorial that they follow, (3) model of persuasive communication services is developed in the form of persuasive communication services electronic mail sent directly to the email address of each respondent, (4) trial results letter persuasive communication services developed shows that a change in the behavior of respondents, which they then became active in the delivery online tutorial indicated task by respondents after they acquire electronic mail that is packaged in the form of persuasive communication

Keywords: online tutorial, passive participants, persuasive communication, services

Banyaknya peserta tuton yang terkategori pasif cukup memprihatinkan mengingat tuton sendiri memiliki kontribusi terhadap nilai akhir untuk matakuliah terkait. Bahkan yang lebih disayangkan lagi, berdasarkan hasil rekaman aktivasi peserta tuton diperoleh data bahwa ada sebagian dari mahasiswa yang sebenarnya telah membuka forum diskusi dan/atau halaman tugas, namun mereka tidak melakukan *posting* apapun di forum tersebut. Artinya mereka telah membuang waktu mereka secara sia-sia, karena mereka dikategorikan sebagai peserta tuton pasif. Padahal jika mereka mau berperan aktif dalam kegiatan tuton, maka nilai tuton akan berkontribusi pada nilai akhir untuk matakuliah terkait (Peraturan Dasar UT Online, 2013).

Banyaknya jumlah peserta tuton pasif tentunya sangat disayangkan, karena upaya UT untuk memberikan bantuan belajar kepada mahasiswa agar mereka memperoleh prestasi akademik belum disambut secara maksimal oleh mahasiswa. Apalagi sejak masa registrasi 2013.1 semua matakuliah sudah dilengkapi dengan kegiatan tuton. Status mahasiswa sebagai peserta pasif dalam kegiatan tuton akan mengurangi kesempatan mereka untuk memperoleh nilai yang lebih baik untuk setiap matakuliah yang mereka registrasikan. Kondisi seperti ini sepertinya terjadi hampir di sebagian besar tuton yang tersedia. Sebagai contoh, tuton matakuliah Pengantar Ilmu Komunikasi masa registrasi 2013.1 untuk kelas 02 jumlah peserta pasif sebanyak 133 dari 241 mahasiswa yang teregistrasi sebagai peserta tuton. Contoh lain, tuton matakuliah Penelusuran Literatur masa registrasi 2013.1 untuk kelas 02, jumlah peserta pasif adalah 153 orang dari 280 peserta yang terdaftar dalam tuton tersebut. Satu lagi contoh untuk matakuliah Dasar-dasar Dokumentasi masa registrasi 2013.1 kelas 02 dengan jumlah mahasiswa yang teregistrasi sebanyak 281 dan yang berstatus pasif sebanyak 118 orang. Peserta pasif ini terbagi menjadi dua kelompok yaitu peserta pasif yang pernah membuka program tutorial online, yang dicirikan dengan adanya jumlah jam akses pada data diri peserta

terkait, dan satu lagi adalah peserta pasif yang sama sekali belum pernah membuka tuton, yang dicirikan dengan tidak adanya jam akses pada data diri mereka.

Dengan adanya kondisi seperti ini, peneliti tertarik mengembangkan model komunikasi yang mampu membangkitkan peran aktif peserta tuton, yaitu model layanan komunikasi persuasif melalui surat elektronik kepada peserta tuton yang terkategori pasif. Perloff (2010) menyatakan bahwa dalam komunikasi persuasif, komunikator mencoba untuk meyakinkan orang lain untuk mengubah sikap atau perilaku mengenai suatu masalah melalui transmisi pesan tanpa ada paksaan. Dengan tidak adanya paksaan diharapkan justru komunikasi ini mampu memotivasi orang lain untuk melakukan apa yang seperti disarankan oleh komunikator.

Uji coba dilakukan terhadap mahasiswa peserta tuton untuk matakuliah Pengantar Ilmu Komunikasi, yang teregistrasi pada masa registrasi 2013.1 kelas 01 yang berstatus sebagai peserta pasif, dan secara data menunjukkan pernah membuka tuton pada masa registrasi terkait. Tujuan dari pengembangan model ini adalah untuk meningkatkan peran aktif peserta tuton yang terkategori pasif. Peserta dikatakan aktif apabila setelah mendapatkan layanan komunikasi persuasif kemudian mereka mengikuti diskusi di forum tuton ataupun mengerjakan tugas yang diberikan oleh tutor. Terkait dengan upaya pengembangan model layanan komunikasi persuasif bagi peserta tuton terkategori pasif, maka kemudian yang dikaji adalah masalah: (1) seberapa banyak peserta tuton matakuliah Pengantar Ilmu Komunikasi Masa registrasi 2013.1 kelas 01 yang terkategori pasif?, (2) faktor apa yang menyebabkan mereka tidak aktif dalam kegiatan tuton yang mereka ikuti?, (3) model komunikasi persuasif seperti apa yang tepat untuk dikembangkan bagi peserta tuton terkategori pasif?, (4) apakah model yang dikembangkan efektif untuk meningkatkan peran aktif peserta tuton terkategori pasif?. Sebagai penelitian pengembangan maka penelitian ini tergolong sebagai *research and development* (Juhanaini, 2012), dengan tahapan penelitian sebagai berikut: (1) mengidentifikasi peserta tuton terkategori pasif, (2) mengumpulkan informasi mengenai faktor yang menyebabkan peserta tuton tidak berperan aktif dalam kegiatan tuton, (3) mengembangkan model layanan komunikasi persuasif bagi peserta tuton terkategori pasif, (4) menguji model dengan menggunakan metode eksperimen, guna mengetahui efektivitas dari model yang dikembangkan. Uji model ini dilakukan terhadap responden penelitian yaitu sebanyak 37 orang. Dari seluruh responden yang kemudian memberikan respon sebanyak 6 orang. Data yang diperoleh dari 6 orang itulah yang kemudian diolah dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

A. Peserta Tuton Matakuliah Pengantar ilmu Komunikasi Terkategori Pasif Masa Registrasi 2013.1 Kelas 01.

Tutorial online (tuton) merupakan salah satu bentuk layanan bantuan belajar secara *online* yang diberikan UT kepada mahasiswanya dengan tujuan untuk membantu mahasiswa dalam memahami materi pelajaran terkait dengan cara bertanya jawab dan/atau berdiskusi dengan sesama peserta tuton dan/atau tutor. Dalam penyelenggaraannya, tuton dilengkapi dengan 8 inisiasi, 3 tugas dan forum diskusi. Delapan inisiasi tersebut disampaikan secara berurutan selama 8 minggu. Sedangkan tugas diberikan pada minggu ke 3, 5 dan 7. Sedangkan forum diskusi biasanya diberikan oleh tutor pada setiap kemunculan inisiasi.

Tuton sifatnya tidak wajib diikuti oleh mahasiswa, namun, jika mahasiswa mengikuti tuton dan berpartisipasi aktif didalamnya maka hal tersebut akan berkontribusi terhadap nilai akhir matakuliah terkait (Peraturan Dasar UT Online, 2013). Partisipasi aktif dilihat dari keaktifan mahasiswa dalam mempelajari inisiasi, berdiskusi, serta mengerjakan tugas (Katalog UT, 2013).

Dalam hal ini, yang dimaksud dengan inisiasi adalah kegiatan tutor yang berupa bacaan yang diperuntukkan kepada mahasiswa untuk menambah (pengayaan materi) dan tidak memerlukan umpan balik (*feedback*) dari mahasiswa. Sedangkan diskusi adalah kegiatan tanya jawab sesama peserta tutor dan atau dengan tutor yang sifatnya *realtime* (Panduan Aktivasi UT- Online dan Tutorial Online, 2013).

Mahasiswa yang hendak mengikuti tutor harus memiliki alamat *email* yang *valid* (Katalog UT, 2011), artinya alamat *email* yang diberikan mahasiswa tersebut harus benar-benar alamat yang bisa dengan mudah mereka akses, karena faktor aksesibilitas bisa berpengaruh terhadap peran aktif mereka dalam suatu kegiatan berbasis internet (Windrati, 2004), tidak terkecuali kegiatan tutor yang memang basisnya adalah menggunakan internet.

Dalam pelaksanaannya, meskipun para mahasiswa tersebut telah tergabung dalam kegiatan tutor, namun masih banyak yang tidak aktif di dalamnya. Dalam hal ini yang dimaksud dengan mahasiswa terkategori pasif adalah mahasiswa yang pernah mengakses tutor namun sama sekali tidak berpartisipasi dalam kegiatan tutor tersebut, baik dalam kegiatan diskusi maupun penyelesaian tugas. Dari data penelitian yang dikumpulkan, diperoleh informasi bahwa sebanyak 37 mahasiswa yang terkategori pasif. Berdasarkan data peserta tutor yang dimuat di halaman tutor terkait, 37 mahasiswa tersebut masing-masing memiliki jam akses namun tidak ada aktivitas yang mereka ikuti seperti diskusi dan pengiriman tugas. Jadi tampaknya mereka sekedar membuka tutor tanpa melakukan apapun yang bisa dikategorikan sebagai peserta aktif.

Kepasifan mereka juga terlihat ketika peneliti mengirim surat yang dikembangkan sebagai model layanan komunikasi persuasif kepada mereka melalui *email*. Dari 37 mahasiswa yang jadi responden penelitian ternyata hanya 6 orang yang memberikan tanggapan. Dari 6 mahasiswa itupun 3 di antaranya pada awalnya tidak memberikan respon terhadap surat yang dikirim kepada mereka. Setelah dilakukan upaya dengan cara menghubungi mereka melalui telepon, baru membuka *email* yang dikirim ke mereka dan kemudian memberikan tanggapan atas surat yang dikirim pada mereka.

B. Faktor Penyebab Mahasiswa Tidak Aktif Dalam Kegiatan Tutor.

Hasil pengumpulan data mengenai faktor penyebab mahasiswa tidak aktif dalam kegiatan tutor menunjukkan bahwa faktor kesibukan kerja yang menjadi penyebab satu-satunya mereka tidak bisa aktif di kegiatan tutor. Seluruh responden penelitian (100%) mengatakan bahwa mereka sibuk bekerja sehingga tidak memiliki waktu untuk berperan aktif dalam kegiatan diskusi yang ada di tutor dan mengerjakan tugas yang diberikan oleh tutor.

Sedangkan faktor aksesibilitas yang terkadang menjadi salah satu penyebab sulitnya seseorang dalam melakukan kegiatan berbasis internet (Windrati, 2004) ternyata bukan menjadi alasan bagi responden penelitian untuk tidak bisa aktif dalam kegiatan tutor yang mereka ikuti. Terbukti mereka semua (100%) mengatakan bahwa mereka memiliki sarana untuk akses internet dan mereka terbiasa dengan aktivitas yang menggunakan sarana internet, artinya penggunaan internet bagi mereka bukanlah suatu kendala. Selain itu, mereka semua mengatakan bahwa alamat *email* yang mereka cantumkan di data pribadi mereka adalah benar milik mereka.

C. Mengembangkan Model Layanan Komunikasi Persuasif Bagi Peserta Tutor Terkategori Pasif.

Sebagaimana telah disampaikan dalam bahasan sebelumnya bahwa model layanan komunikasi persuasif bagi mahasiswa peserta tutor terkategori pasif diwujudkan dalam bentuk surat elektronik. Surat elektronik atau yang lebih populer dengan istilah *email* tersebut didefinisikan oleh

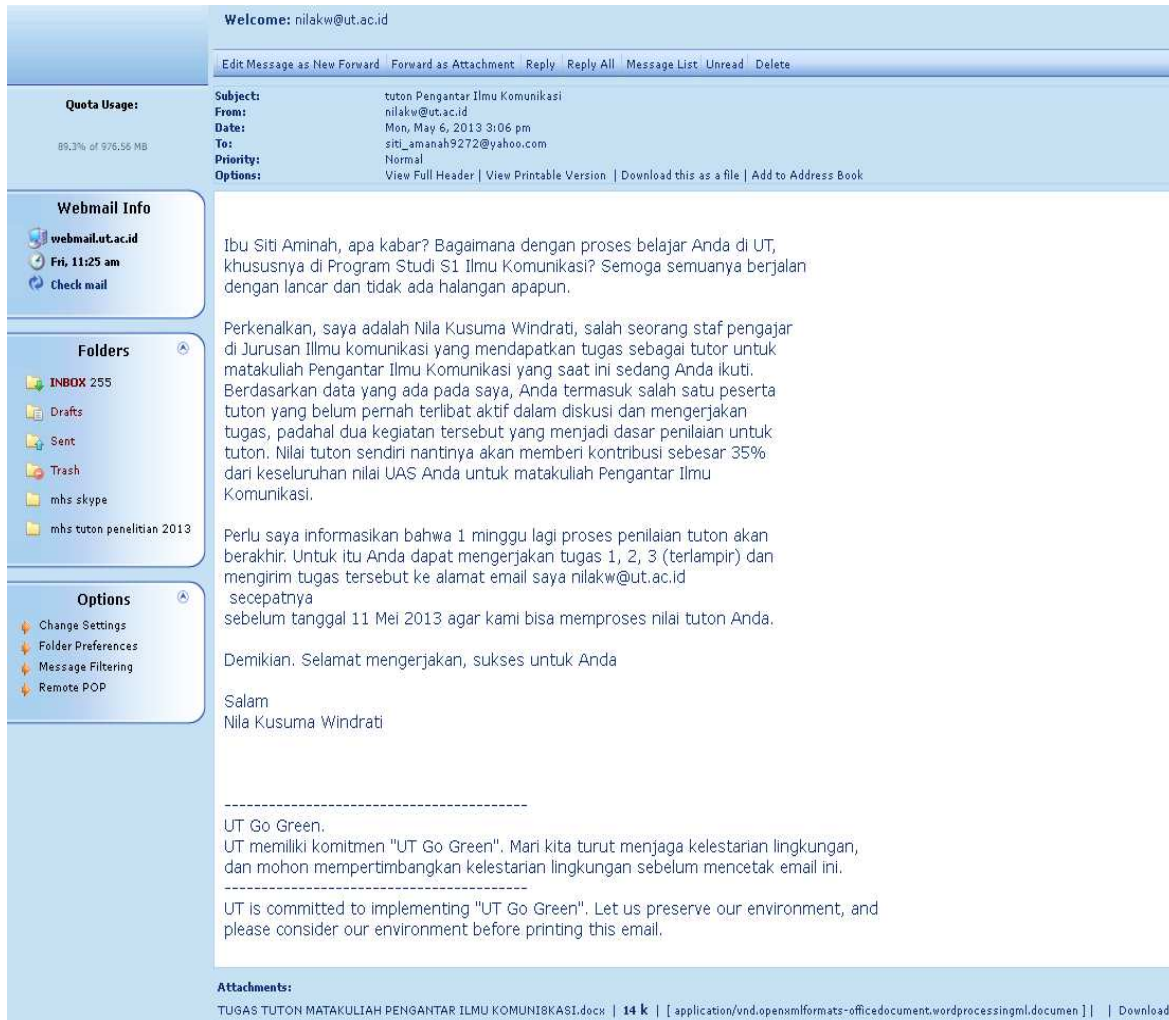
Frastian (<http://unindrax1eione.wordpress.com/jaringan-dan-telekomunikasi-3/surat-elektronik-email/>) sebagai fasilitas di internet untuk keperluan surat menyurat dalam bentuk data elektronik (*file*), dan untuk bisa memanfaatkan fasilitas *email*, sebelumnya seseorang harus memiliki sebuah alamat *email*, yang lazim disebut *email address* atau *email account*. Lebih lanjut Frastian mengatakan bahwa kelebihan dari *email* adalah biayanya yang relatif cukup murah, dapat diakses dari mana saja, dan jarang mengalami keterlambatan pengiriman. Pemilihan penggunaan *email* dalam pengembangan model ini juga didasarkan atas karakteristik *email* tersebut. Selain itu, dimilikinya alamat *email* oleh para responden juga menjadi pertimbangan bagi penulis.

Surat elektronik tersebut dikemas dengan menggunakan model komunikasi persuasif, dengan alasan bahwa komunikasi persuasif memiliki karakteristik tidak adanya paksaan dari sumber dalam membujuk khalayak sasaran untuk melakukan sesuatu yang dikehendaki oleh sumber. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Perloff (2010) bahwa yang dimaksud dengan komunikasi persuasif adalah suatu proses simbolis dimana komunikator mencoba untuk meyakinkan orang lain untuk mengubah sikap atau perilaku mengenai suatu masalah melalui transmisi pesan tanpa ada paksaan. Adapun fungsi dari komunikasi persuasif adalah membentuk tanggapan, memperkuat tanggapan dan mengubah tanggapan (Soemirat dan Suryana, 2008). Dari sifatnya yang persuasif ini diharapkan mahasiswa peserta tutorial yang sebelumnya tidak aktif akan berubah menjadi aktif dalam kegiatan tuton.

Surat elektronik yang dikemas dengan menggunakan model komunikasi persuasif tersebut, selanjutnya dikirim langsung ke responden melalui alamat *email* yang telah mereka miliki yang diperoleh penulis dari data peserta tuton yang ada di halaman tuton terkait. Penulisan surat tersebut didasarkan pada etika penulisan surat melalui *email*, karena pada dasarnya ada etika yang harus diperhatikan dalam penulisan surat melalui *email* yaitu antara lain sebagai berikut (<http://ictwatch.com/internetsehat/2012/10/01/7-etika-berkirim-email/>, 2012)

1. Pakai *signature* sederhana
Jangan membuat *signature* terlalu panjang dan detail, sebab akan memakan *space* dan membuat pembaca *email* malas mencerna. Apalagi ditambah dengan logo atau gambar yang terlalu berat, sebab akan sia-sia saja kalau logo atau gambar itu tidak terlihat.
2. Tulis pesan yang singkat
Orang membaca *email* dengan harapan akan langsung menangkap maksud pesan Anda, tanpa harus menghabiskan waktu lebih dari 5 menit. Sebab ada banyak *email* yang harus direspon. Anda bukan satu-satunya orang yang mengirim *email* padanya. Maka sampaikan dengan bahasa yang bersahabat, kata yang mudah dipahami, dan tetap sopan.
3. Jangan kirim lampiran berat
Jika memang terpaksa harus mengirimkan lampiran berupa dokumen berat seperti presentasi, video, atau kumpulan gambar, maka mintalah izin lebih dulu. Sebab jika mendadak saja mengirim lampiran berat, hanya akan menyusahkan si penerima. Bisa jadi kapasitas *emailnya* tidak memungkinkan.
4. Pembuka dan penutup
Sapaan seperti "Halo" atau "Hai" diiringi nama penerima sudah cukup tepat sebagai pembuka di *email*. Sementara penutup bisa menggunakan "Salam" atau "Hormat saya". Semua tergantung siapa penerimanya, apakah orang yang memang harus disikapi secara formal atau informal.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai bagaimana sebaiknya membuat surat elektronik dengan menggunakan model komunikasi persuasif, maka kemudian model layanan komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh penulis bagi peserta tutor terkategori pasif adalah sebagai berikut



Gambar 1. Model layanan komunikasi persuasif untuk peserta tutor terkategori pasif

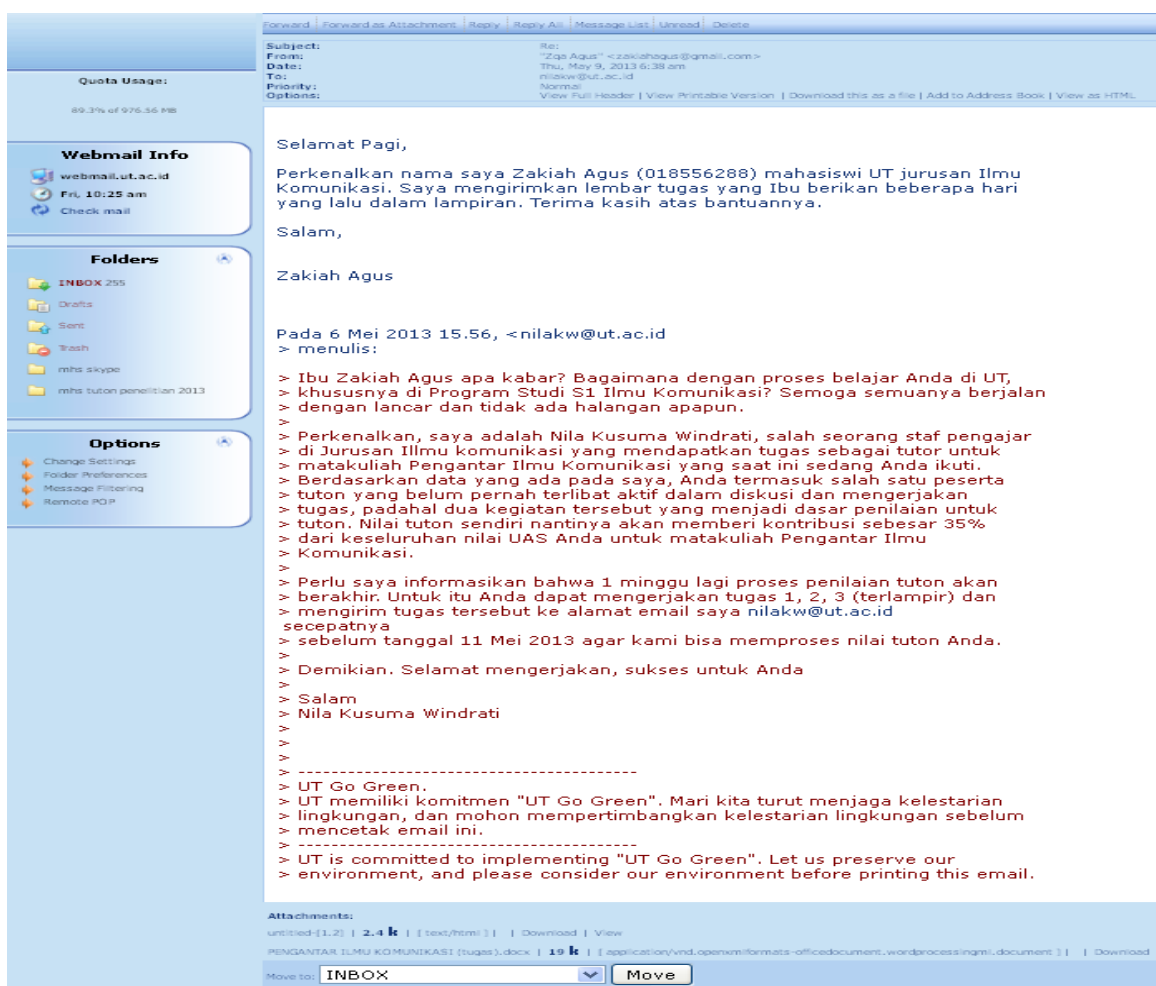
D. Efektivitas Model Layanan Komunikasi Persuasif.

Efektivitas model layanan komunikasi persuasif dapat dilihat dari adanya perubahan perilaku pada diri responden setelah mereka dikenai suatu perlakuan. Terkait dengan penelitian ini efektivitas model dapat dilihat dari ada tidaknya respon terhadap model layanan komunikasi persuasif yang diberikan kepada mereka. Respon ini ditunjukkan dengan adanya pengiriman tugas sebagaimana yang dianjurkan oleh pihak pengelola. Mengingat hanya 6 dari 37 responden penelitian, maka data yang diolah terkait dengan pengukuran efektivitas model adalah data dari 6 responden tersebut.

Tabel 1. Efektivitas Model Layanan Komunikasi Persuasif (N=6)

Respon mahasiswa terhadap model Layanan Komunikasi Persuasif	Pre-test		Post-test	
	Σ	%	Σ	%
Mengirim tugas yang diberikan tutor pada kegiatan tuton MK. Pengantar Ilmu Komunikasi Masa Registrasi 2013.1 kelas 01	6	100	6	100

Dari Tabel 1 tersebut tampak bahwa seluruh responden (100%) mengalami perubahan perilaku setelah mereka menerima layanan komunikasi persuasif yang diwujudkan dalam bentuk surat elektronik. Bahkan dari mereka merasa gembira dengan adanya komunikasi persuasif yang disampaikan dari pihak pengelola kepada mereka, sehingga mereka merasa termotivasi dan akan aktif di tuton-tuton berikut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model layanan komunikasi persuasif yang dikembangkan efektif untuk membangkitkan peran aktif mahasiswa. Gambar 2 dan 3 menunjukkan respon mahasiswa terhadap komunikasi persuasif yang diberikan oleh pihak pengelola kepada mereka.



Gambar 2. Contoh tanggapan mahasiswa terhadap model komunikasi persuasif yang mereka terima (1)



Gambar 3. Contoh tanggapan mahasiswa terhadap model komunikasi persuasif yang mereka terima (2)

Penutup

Simpulan

Dari hasil temuan dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Peserta tuton matakuliah Pengantar Ilmu Komunikasi masa registrasi 2013.1 kelas 01 sebanyak 37 mahasiswa.
2. Faktor yang menjadi penyebab ketidakaktifan mereka dalam kegiatan tuton adalah kesibukan kerja, sehingga mereka tidak memiliki waktu untuk berperan aktif di kegiatan tuton.
3. Model layanan komunikasi persuasif yang dikembangkan adalah berbentuk surat elektronik yang dikemas dengan bahasa persuasif dan dikirim secara personal ke masing-masing peserta tuton yang terkategori pasif.
4. Model layanan komunikasi persuasif yang dikembangkan efektif untuk meningkatkan peran aktif mereka pada kegiatan tuton yang mereka ikuti.

Saran

Mengingat model layanan komunikasi persuasif yang dikembangkan efektif untuk meningkatkan peran aktif peserta tuton terkategori pasif, maka sebaiknya diberikan pula layanan komunikasi persuasif untuk tuton matakuliah lain yang memiliki sejumlah peserta tuton terkategori pasif di dalamnya.

REFERENSI

- Juhanaini. *Research And Development*. Diunduh pada tanggal 5 Desember 2012 dari <http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR. PEND. LUAR BIASA/196005051986032-JUHANAINI/Presentasi Research and Development.pdf>,
- Peraturan Dasar UT Online*, diunduh pada tanggal 1 Februari 2013 dari <http://student.ut.ac.id/mod/resource/view.php?id=49308>,
- Perloff, R., M. (2010). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century*. (4th Ed). New York: Routledge.
- Soemirat, S., dan Suryana, A. (2008). *Komunikasi persuasif*. Universitas Terbuka. Tangerang Selatan.
- Windrati, N., K. (2004). *Efektivitas komunikasi interaktif terhadap ketahanan belajar mahasiswa*. Tesis yang tidak dipublikasikan. Bogor: Sekolah Pasca Sarjana. Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan. Institut Pertanian Bogor.
- Frastian, N. *Surat Elektronik (Email)*. Diunduh pada tanggal 5 Januari 2014 dari <http://unindrax1eione.wordpress.com/jaringan-dan-telekomunikasi-3/surat-elektronik-email/>.
- Tim Internet Sehat. (2012). *7 Etika Berkirim Email*. Diunduh pada tanggal 5 Januari 2014 dari <http://ictwatch.com/internetsehat/2012/10/01/7-etika-berkirim-email/>.