

**PERAN TESTIMONI SEBAGAI PERWUJUDAN KOMUNIKASI PERSUASIF
MALALUI MEDIA**

(Studi Kasus pada Forum Jual Beli Kaskus)

UNIVERSITAS ANDALAS
SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas**

Oleh :

FIRA MAULANA FITRAH

1110863001



JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2016

UNTUK

KEDJAJAAN

BANGSA

ABSTRACT

Role of testimonials as the embodiment of persuasive communication through the media study case on FJB Kaskus using Computer Mediated Communication Theory.

By:

Fira Maulana Fitrah

1110863001

Supervisor:

Yesi Puspita, S.Sos, M.Si

Yayuk Lestari, S.Sos, M.A

Development of technology these days and the emergence of social media are changing the behavior of someone in persuasive communication, that is using the media as the embodiment of persuasive communication. Kaskus' Forum Jual Beli (FJB) is one of online shopping forum that is using testimony to share public opinion about online thread at kaskus, so that it can persuade someone to buy something at FJB Kaskus. This study discuss about Role of testimonials as the embodiment of persuasive communication through the media study case on FJB Kaskus using Computer Mediated Communication Theory.

According to December in thurlow,et.al, CMC is how two people or more communicating using computer as media. CMC focuses on interpersonal communication through internet and website. The research method is using descriptive qualitative research method. This data are collected by observation, interview, and documentations.

The result showed that testimony could give the impression to kaskuser to make a better impression to their online forum (lapak), and this is proved that communication through media is effective and face to face is not needed as CMC theory pointed. Testimonial is also effective to persuade other kaskuser who wants to shop and make it as an important judgment before their buy something. In addition to the persuasive through this media can increase accuracy before doing their shopping process and reduced or minimize negative impacts such as fraud when shopping online that is often experienced by consumers when shopping online.

Keywords: Persuasive Communication, CMC, testimonial, FJB Kaskus

ABSTRAK

Peran Testimoni Sebagai Perwujudan Komunikasi Persuasif Melalui Media Studi Kasus Pada Forum
Jual Beli Kaskus

UNIVERSITAS ANDALAS

Oleh:

Fira Maulana Fitrah

1110863001

Yesi Puspita, S.Sos, M.Si

Yayuk Lestari, S.Sos, M.A

Berkembangnya teknologi dan munculnya media sosial mengubah perilaku seseorang dalam melakukan komunikasi persuasif yaitu menggunakan media sebagai perwujudan komunikasi persuasif. Forum Jual Beli Kaskus merupakan salah satu forum belanja online menggunakan testimony sebagai tempat menyampaikan pendapat mereka terhadap online shop yang ada di kaskus tersebut sehingga dapat mempersuasi seseorang di FJB Kaskus. Penelitian ini membahas tentang peran testimoni sebagai perwujudan komunikasi persuasif melalui media studi kasus pada forum jual beli Kaskus dengan menggunakan teori *computer mediated communication (CMC)*.

Menurut December dalam thurlow,et.al menyatakan CMC adalah bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat pendukung computer. CMC menitik beratkan pada komunikasi interpersonal, melalui internet dan *website*. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan testimoni dapat memberikan kesan terhadap Kaskuser dalam membentuk kesan kaskuser pada sebuah lapak maka ini membuktikan komunikasi melalu media atau tidak harus bertatap muka langsung yang di jelaskan pada teori CMC. Testimoni juga efektif mempersuasi kaskuser lain yang ingin belanja dan menjadi pertimbangan penting untuk mereka. Selain itu persuasif melalui media ini dapat meningkatkan ketelitian sebelum melakukan proses berbelanja dan berkurangnya atau meminimalisir dampak negatif saat berbelanja online seperti penipuan yang sering dialami konsumen saat berbelanja online.

Kata kunci: komunikasi persuasi, CMC, testimoni, forum jual beli kaskus