

## ABSTRAK

**Wahyu Abi Zharfan.17818280**

**Komunikasi Persuasif Dalam Kampanye Keselamatan Berkendara Oleh Komunitas Motor Depok Max Owners (DMOns) Pada Masa Pandemi Covid-19**

Kata kunci : Komunikasi Persuasif, Kampanye Keselamatan Berkendara, *Covid-19*, Komunitas Motor Depok Max Owners.

( liii + 138 + Lampiran )

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi persuasif dalam kampanye keselamatan berkendara oleh komunitas DMOns pada masa pandemi *Covid-19*. Metode penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan dalam kampanye ini adalah teori tahapan perubahan (*stage of change theory*). Subjek dalam penelitian ini adalah komunitas Depok Max Owners (DMOns). Pengambilan data didapatkan dengan cara observasi dan wawancara narasumber. Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi persuasif dalam kampanye keselamatan berkendara oleh komunitas DMOns ini dilakukan dengan cara mencontohkan dan mempraktikkan secara langsung. Selama masa pandemi *Covid-19*, media sosial menjadi media kampanye yang digunakan oleh komunitas DMOns. Media sosial juga lebih efektif dalam menjangkau audiens yang lebih besar. Sebagian masyarakat mengetahui kampanye ini melalui media sosial DMOns. Kampanye ini dilakukan dengan cara komunikasi persuasif. Prinsip komunikasi persuasif yang digunakan dalam kampanye ini adalah prinsip besaran perubahan. Teknik yang digunakan dalam pendekatan komunikasi persuasif ini adalah teknik “*the yes response technique*”. Jenis kampanye yang dilakukan oleh komunitas DMOns ini adalah kampanye *Ideologically or Cause Oriented Campaigns*. Berdasarkan teori tahapan perubahan, saat ini masyarakat sudah berada di tahap *action*.

Daftar Pustaka (1982 – 2020)