

## ABSTRAK

**JASMINE RAMADHIANY SALSABILLA, 10821440**

**Analisis Komunikasi Persuasif Pandawara Group Di Media Sosial TikTok Dalam Membangun Kesadaran Lingkungan dan Partisipasi Masyarakat**

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Pandawara Group, TikTok, Kesadaran Lingkungan, Partisipasi Masyarakat.

(xiii + 82 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pandawara Group di media sosial TikTok dalam membangun kesadaran lingkungan dan partisipasi masyarakat. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa melalui teori pemrosesan informasi McGuire dengan tahapan-tahapan persuasif yaitu (1) tahapan perhatian, (2) tahapan pengertian, (3) tahapan pengaruh, (4) tahapan ingatan, (5) tahapan tindakan, Pandawara Group berhasil menarik perhatian melalui konten yang berkesan dengan menunjukkan aksi nyata membersihkan sampah, menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dimengerti, memberikan manfaat yang mendorong perubahan sikap, menciptakan pengingatan yang kuat, dan menghasilkan tindakan nyata dari masyarakat.

Daftar Pustaka (2014 – 2023)