

ABSTRACT

This research is entitled “Persuasive Communication In The Community Of BAIA (BTS ARMY Indonesia Amino) X Purple Hearts Id In The “Literacy Goes On” Project. The research method used in this research is qualitative. The data collection technique was carried out by means of in-depth interviews with seven informants. And using the Applebaum and Anatol’s persuasive communication model, namely message, channels, and feedback.

The results of this study showed that the BAIA community and Purple Hearts Id were able to convey messages well based on three aspects of effective language, namely clarity, straightforwardness and accuracy. By using social media, namely instagram, twitter, and kitabisa.com as a communication media. The feedback of persuasive communication to ARMYs or informed donate conveyed by the BAIA community and Purple Hearts Id, where ARMYs and donate also get personal satisfaction and knowledge about the state of low literacy in Rembitan, Lombok, NTB and are motivated to donate and invites people to participate in the project “Literacy Goes On”.

Keywords: Persuasive Communication, BAIA (BTS ARMY Indonesia Amino), Purple Hearts Id, Literacy Goes On.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Komunikasi Persuasif Komunitas BAIA (BTS ARMY Indonesia Amino) X *Purple Hearts Id* dalam project *Literacy Goes On*”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam dengan tujuh informan. Serta menggunakan model komunikasi persuasif Applebaum dan Anatol yaitu pesan atau *message*, saluran atau *channel*, dan umpan balik atau *feedback*.

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa komunitas BAIA dan *Purple Hearts Id* mampu menyampaikan pesan dengan baik berdasarkan tiga aspek bahasa yang efektif yaitu kejelasan, kelugasan dan ketepatan. Dengan menggunakan media sosial yaitu *instagram*, *twitter*, dan *kitabisa.com* sebagai media komunikasi. Umpan balik dari komunikasi persuasif terhadap ARMY atau donatur terinformasi yang disampaikan komunitas BAIA dan *Purple Hearts Id*, dimana ARMY maupun donatur juga mendapatkan kepuasan pribadi dan pengetahuan tentang keadaan rendahnya literasi di Rembitan, Lombok, NTB dan ikut tergerak untuk berdonasi dan mengajak orang-orang ikut dalam project “*Literacy Goes On*”.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif, BAIA (BTS ARMY Indonesia Amino), *Purple Hearts Id*, *Literacy Goes On*.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu ngagaduhan “Komunikasi Persuasif Komunitas BAIA (BTS ARMY Indonesia Amino) X Purple Hearts Id dalam Project “Literacy Goes On”. Panalungtikan ieu ngagunakeun metode panalungtikan kualitatif. Teknik ngumpulkeun data dilaksanakeun sareng wawancara mendalam sareng tujuh informan. Sareng ngagunakeun model komunikasi persuasif Applebaum sareng Anatol nyaeta pesan, media, sareng pangaruh.

Hasil panalungtikan ieu di meunangkan nyaeta komunitas BAIA sareng Purple Hearts Id dina nyampekeun pesan sae pisan sareng tilu aspek bahasa anu efektif nyaeta kejelasan, kelugasan, sareng ketepatan. Ngagunakeun media sosial nyaeta instagram, twitter, kitabisa.com salaku media komunikasi. Umpan balik ti komunikasi persuasif ka ARMY nyaeta narima informasi, sareng narima kapuasan pribadi, pangaweruh ngeunaan kaayan literasi di Rembitan, Lombok,NTB. Sareng keur ngamotivasi pikeun nyumbang sareng ngajak jalma gabung project “Literacy Goes On”.

Kata Konci: Komunikasi Persuasif, BAIA (BTS ARMY Indonesia Amino), Purple Hearts Id, Literacy Goes On.