

KOMUNIKASI PERSUASIF BERBASIS MEDIA BARU PADA NATHA SATWA NUSANTARA TAHUN 2020-2021

ABSTRAK

Orang memanfaatkan media sosial sebagai ajang untuk mempengaruhi orang untuk melakukan sesuatu kearah positif maupun negatif. Biasanya hal ini disebarkan melalui konten-konten video, atau foto. Motivator dapat menyampaikan pesan persuasifnya melalui media apa saja, baik tertulis maupun terucap, atau bahkan keduanya sehingga hadir komunikasi persuasif. Lewat akun Instagram dan Youtube Natha Satwa Nusantara menyuarakan dan membela hak hewan termasuk hak kesejahteraan hewan sebagai makhluk hidup di bumi, karena sejatinya yang hidup di muka bumi bukan hanya manusia, tetapi ada pula hewan dan tumbuhan yang sama seperti manusia yaitu makhluk hidup. Sebanyak 35.000 pengikut di Youtube dan 197.000 pengikut di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis komunikasi persuasif berbasis media baru yang dilakukan oleh Natha Satwa Nusantara tahun 2020-2021. Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana komunikasi persuasif berbasis media baru yang dilakukan oleh Natha Satwa Nusantara tahun 2020-2021. Metode penelitian ini berupa studi kasus dikarenakan akan menggambarkan secara detail suatu fenomena atau situasi yang kontemporer menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa teknik persuasif yang digunakan oleh Natha Satwa Nusantara pada akun media sosialnya merupakan teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan terakhir teknik *red herring*.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Media Baru, Konten

**PERSUASIVE COMMUNICATION BASED ON NEW MEDIA
BY NATHA SATWA NUSANTARA BETWEEN 2020-2021**

ABSTRACT

People use social media as a platform to influence people to do something in a positive or negative direction. Usually this is spread through video content, or photos. Motivators can convey their persuasive messages through any media, both written and spoken, or even both so that persuasive communication is present. Through Instagram and Youtube accounts, Natha Satwa Nusantara voices and defends animal rights, including the right to animal welfare as living things on earth, because in fact, it is not only humans who live on earth, but there are also animals and plants that are the same as humans, namely living things. There are 35,000 followers on YouTube,[1] and 197,000 followers on Instagram. This study aims to understand and analyze new media-based persuasive communication by Natha Satwa Nusantara in 2020-2021. The focus of this research is how new media-based persuasive communication is carried out by Natha Satwa Nusantara in 2020-2021. This research method is a case study because it will describe in detail a contemporary phenomenon or situation using a qualitative approach. The results of this study are that the persuasive techniques used by Natha Satwa Nusantara on his social media accounts are association techniques, integration techniques, reward techniques, order techniques, and finally the red herring technique.

Keyword: *Persuasive Communication, New Media, Content*