BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini yang berjudul "Analisis komunikasi persuasif dalam Meningkatkan kesadaran kebersihan Lingkungan pada kampanye Di media sosial tik tok @pandawaragroup" Telah dilakukan. Penulis menarik kesimpulan bahwa pesan komunikasi persuasif @pandawaragroup dalam menyampaikan kampanye kebersihan lingkungan melalui media sosial Tik Tok yaitu dengan isi konten pandawaragroup yang terdapat konten ajakan kepada Masyarakat. Dengan mengadakan *Open recruitment Volunteer* untuk menciptakan peluang bagi anggota masyarakat dari berbagai latar belakang, usia, dan keterampilan untuk terlibat secara aktif dalam aksi kebersihan. Dan Pesan komunikasi persuasif Pandawaragroup membawa dampak positif Bagi masyarakat dan dengan adanya konten Edukasi kebersihan Masyarakat Menjadi lebih sadar lagi terhadap kebersihan lingkungan dan secara Keseluruhan pesan pada kampanye kebersihan lingkungan di akun @pandawaragroup memberikan manfaat dimana pesan-pesan yang mereka berikan kepada followers ada dampak positifnya tentang mengingatkan untuk selalu menjaga kebersihan dan membuang sampah pada tempatnya.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Saran Praktis

   Bagi Pandawaragroup Pesan komunikasi persuasif kampanye yang disampaikan sudah baik dan mampu memberikan Dampak yang positif. Tetap konsisten dalam menyampaikan pesan kampanye pada konten tentang kebersihan lingkungan. Agar nanti kedepannya Indonesia menjadi negara yang dapat mengatasi kebersihan lingkungan.

2. Saran Akademis

   Bagi peneliti selanjutnya hendaknya memperluas penelitiannya bukan hanya di kampanye Pandawara saja. Dan juga bisa menggunakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kebersihan lingkungan di Indonesia.