

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan atas penelitian yang sudah dilakukan seperti :

1. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang dapat dikatakan cukup berhasil, hal ini dilihat dari efek yang ditimbulkan yaitu para pedagang berubah persepsinya terhadap vaksin, dari yang awalnya skeptis serta termakan isu tidak benar seperti zat kandungan berbahaya dalam vaksin, efek samping vaksin. Dan juga ajakan yang dilaksanakan tidak hanya satu kali, namun juga berlanjut. Dengan demikian terlihat angka keberhasilan yang melampaui target mencapai 205% pada enam kali jadwal penyuntikan.
2. Persepsi dari pedagang atas program vaksinasi yang dilaksanakan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang ini memperlihatkan bagaimana pandangan pedagang atas kedekatan mereka dengan orang Dinas, Pedagang menilai informasi-informasi yang disampaikan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang bisa membantu mengubah persepsi negatif mereka terhadap vaksin dari berbobot negatif menjadi kearah yang positif, serta isi dari informasi bersifat edukatif.

5.2 Saran

1. Dinas Perdagangan Kota Padang agar mempertahankan kinerja mereka apabila ada program serupa dikemudian hari. Angka yang menunjukkan keberhasilan ini supaya menjadi acuan bagi instansi-instansi pemerintah lainnya, agar mencapai keberhasilan serupa.
2. Dalam melaksanakan ajakan, Dinas Perdagangan Kota Padang lebih meluaskan lagi jangkauan sosialisasi dan pendekatannya kepada pedagang, karena area pasar yang sangat luas serta jumlah pedagang yang sangat banyak di pasar raya padang mengakibatkan terdapat beberapa sektor di Pasar Raya yang sedikit mendapatkan informasi baik mengenai vaksin dan maupun informasi mengenai perdagangan secara umum.
3. Pada instansi pemerintah lainnya yang mempunyai kegiatan yang mengharuskan mengajak orang ramai, cara persuasif seperti yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang adalah salah satu cara yang efektif untuk diterapkan, apalagi ditambahkan dengan jangkauan ke media massa dan media sosial.
4. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat mengkaji lebih banyak lagi program-program dari Dinas Perdagangan Kota Padang kepada pasar induk, pasar pembantu dan juga pasar modren di Kota Padang.