

**KOMUNIKASI PERSUASIF DINAS PERDAGANGAN KOTA
PADANG**

**(Studi Kasus pada Program Vaksinasi COVID-19 kepada Pedagang Pasar
Raya Padang)**

Skripsi

UNIVERSITAS ANDALAS

Oleh:

Muhammad Fikri Ash Shiddiqi

1710862042



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

KOMUNIKASI PERSUASIF DINAS PERDAGANGAN KOTA PADANG

**(Studi Kasus pada Program Vaksinasi COVID-19 kepada Pedagang Pasar
Raya Padang)**

Skripsi

Diajukan untuk Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

Oleh:

Muhammad Fikri Ash Shiddiqi

1710862042

Pembimbing:

Dr. Ernita Arif, SP, M.Si

Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ABSTRAK
KOMUNIKASI PERSUASIF DINAS PERDAGANGAN KOTA PADANG
(Studi Kasus pada Program Vaksinasi COVID-19 kepada Pedagang Pasar
Raya Padang)

Oleh:

Muhammad Fikri Ash Shiddiqi
1710862042

Pembimbing :

Dr. Ernita Arif, S.P, M.Si
Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si

Program vaksinasi COVID-19 di Pasar Raya Padang merupakan salah satu penyuntikan vaksin COVID-19 pertama di Kota Padang yang dilaksanakan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang. Sebagai program yang dilakukan pertama kali, diperlukan strategi khusus dalam mengajak warga terkhususnya para pedagang untuk ikut vaksin. Komunikasi persuasif menjadi cara yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang dalam mengajak pedagang. Penelitian ini bertujuan untuk melihat proses komunikasi persuasif Dinas Perdagangan Kota Padang dalam program vaksinasi kepada pedagang, serta melihat persepsi pedagang atas program ini. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta menggunakan teori penggabungan informasi. Paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Ketiga teknik pengumpulan data tersebut berasal dari data-data yang peneliti dapatkan di lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang dimulai dengan persiapan, sosialisasi, ajakan penyuntikan, serta ajakan kembali. Dinas Perdagangan Kota Padang mendapatkan hasil yang melampaui target berkat kegigihan tim dalam mengajak para pedagang, serta faktor kedekatan dan kredibilitas pesan sangat mempengaruhi keberhasilan ini. Adapun persepsi dari pedagang tentang program ini adalah mereka merasa tereduksi lewat pesan-pesan yang disampaikan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang, dan persepsi negatif tentang vaksin bisa diubah menjadi persepsi positif.

Kata Kunci : Dinas Perdagangan Kota Padang, Komunikasi Persuasif, Pedagang, Vaksin COVID-19

ABSTRACT

PERSUASIVE COMMUNICATION OF DINAS PERDAGANGAN KOTA PADANG

(Case studies on the COVID-19 Vaccination Program for Pasar Raya Padang Traders)

By:

Muhammad Fikri Ash Shiddiqi

1710862042

Supervisors:

Dr. Ernita Arif, S.P, M.Si

Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si

The COVID-19 vaccination program at Pasar Raya Padang is one of the first COVID-19 vaccine injections in the Padang City carried out by the Dinas Perdagangan Kota Padang. As the program was carried out for the first time, special strategy is required to persuade residents, especially traders to take the vaccines. Persuasive communication is a method used by the Dinas Perdagangan Kota Padang to persuade the traders. This study aims to look at the persuasive communication process that carried by Padang City Trade Office to traders, as well to see traders' perceptions of this program. This study uses qualitative research methods with a case study approach. The researcher uses interview, observation, and documentation as data collection methods. Through the use of constructivism paradigm and Combining Information Theory, the researcher found that persuasive communication process carried out by Dinas Perdagangan Kota Padang began with preparation, outreach, invitations to inject, and reinvitation. Dinas Perdagangan Kota Padang achieved result that exceeded the target through the team persistence to inviting the traders as well as the closeness and credibility of the message itself. The traders perception about this program is they feel educated through the messages conveyed by Dinas Perdagangan Kota Padang and the traders negative perceptions about vaccines can be turned into positive perceptions.

Keyword: COVID-19 vaccine, Dinas Perdagangan Kota Padang, Persuasive Communication, Traders.