

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

- 1) Kegiatan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh GenBI (Generasi Bank Indonesia) di Sumatera Barat bertujuan untuk memperkenalkan dan mendorong penggunaan pembayaran digital melalui *QRIS* kepada pedagang. Proses komunikasi persuasif ini melibatkan beberapa elemen, seperti persuader (GenBI), persuadee (pedagang), pesan persuasif, saluran persuasif, dan umpan balik/efek. GenBI, sebagai front liner Bank Indonesia di Sumatera Barat, melakukan kegiatan komunikasi persuasif untuk memperkenalkan dan mendorong penggunaan pembayaran digital *QRIS* kepada pedagang. Proses ini melibatkan perencanaan strategi, pendekatan tatap muka, dan penggunaan media elektronik. GenBI berperan sebagai persuader dengan fokus pada etos, kredibilitas, dan daya tarik. Pedagang, sebagai target komunikasi, memiliki karakteristik yang beragam, dan pesan persuasif mencakup manfaat *QRIS*. Saluran komunikasi melibatkan tatap muka dan media elektronik. Umpan balik menunjukkan beberapa tantangan, seperti kurangnya pemahaman masyarakat dan hambatan teknis. Keseluruhan, tujuan komunikasi persuasif ini adalah menciptakan perubahan dalam sikap dan perilaku pedagang terhadap pembayaran digital dengan *QRIS*.
- 2) Kredibilitas individu memegang peran penting dalam mendorong penggunaan *QRIS* pada pedagang. Keahlian, integritas, dan keberhasilan sebelumnya dalam memperkenalkan teknologi pembayaran elektronik menjadi faktor penentu kredibilitas. Pendekatan edukatif, kasus sukses, dan keterbukaan terhadap umpan balik juga berkontribusi pada peningkatan kredibilitas. Kredibilitas memengaruhi penerimaan informasi, membentuk persepsi positif, dan mendorong implementasi

praktik sehari-hari terkait *QRIS*. Dengan kredibilitas yang tinggi, individu dapat menjadi agen perubahan yang efektif dalam memperkenalkan *QRIS* sebagai solusi modern dalam transaksi keuangan pedagang.

5. 2 Saran

- 1) Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mendalami tantangan yang dihadapi dalam komunikasi persuasif, terutama kurangnya pemahaman masyarakat dan hambatan teknis serta memiliki strategi atau solusi yang dapat mengatasi hambatan tersebut
- 2) Menyoroti lebih banyak peran dukungan dari komunitas atau jaringan bisnis dalam membangun dan menjaga kredibilitas. Sejauh mana dukungan ini memainkan peran dalam memperkenalkan *QRIS* dapat menjadi elemen penting.
- 3) Diharapkan untuk peneliti selanjut melakukan pengembangan pada aspek-aspek dalam komunikasi persuasif serta peran kredibilitas dalam mendorong penggunaan *QRIS* pada pedagang.

