

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh komunikasi persuasif Pemerintah Kota Bandung dalam menerapkan sistem pembayaran parkir berbasis QRIS terhadap opini publik masyarakat. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada permasalahan parkir yang semakin kompleks di Kota Bandung, seperti keterbatasan lahan, ketidakteraturan, dan kebocoran pendapatan dari retribusi parkir. Oleh karena itu, pemerintah berinovasi dengan sistem pembayaran parkir berbasis QRIS yang diharapkan dapat mengatasi masalah tersebut, memberikan kemudahan, serta meningkatkan transparansi dan efisiensi. Komunikasi Persuasif yang diterapkan pemerintah memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi mengenai kebijakan ini kepada masyarakat. Komunikasi yang jelas dan tepat dapat membangun pemahaman, kepercayaan, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam menggunakan sistem baru ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 400 responden pengguna kendaraan bermotor di Kota Bandung. Model SMCR (*Source, Message, Channel, Receiver*) digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang efektif—melalui pemahaman audiens, penyusunan pesan yang tepat, dan pemilihan saluran yang sesuai—berpengaruh signifikan terhadap opini publik yang positif. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya komunikasi yang terstruktur dalam mendukung keberhasilan implementasi kebijakan publik berbasis teknologi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan komunikasi di sektor layanan publik lainnya.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, Opini Publik, Pemerintah Kota Bandung, QRIS