

ABSTRAK

Nurul Hikma Erdini. *Transformasi Komunikasi Pedagang Tradisional dalam Era Digital (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Pekkabata Kec. Duampanua Kab. Pinrang)* (Dibimbing Oleh Yahya dan Dian Muhtadiah)

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perkembangan dalam cara pedagang tradisional berkomunikasi di era digital, serta faktor-faktor yang mendukung atau menghambat proses tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan teori model komunikasi pemasaran menurut Dermawan Soemanegara (2006). Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan secara rinci konteks, proses, dan signifikansi fenomena yang diamati. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai transformasi komunikasi pedagang tradisional di Pasar Tradisional Pekkabata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi komunikasi pedagang mencakup perubahan dalam cara mereka berinteraksi dengan pelanggan, sesama pedagang, dan pemangku kepentingan lainnya dalam konteks bisnis pasar tradisional. Periklanan juga dianggap sebagai bentuk komunikasi yang penting untuk mengajak orang lain untuk melakukan sesuatu, seperti membeli produk atau menggunakan layanan.

Kata kunci : transformasi, komunikasi, pedagang, periklanan