

## ABSTRAK

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi pemikiran dan pendapat komunikannya sesuai dengan keinginan komunikator, proses dari komunikasi yang mengajak orang lain untuk mengubah sikap, keyakinan, dan pendapat sesuai dengan keinginan komunikatornya. Pusat Grosir Cililitan merupakan mall yang menggunakan tujuan dari komunikasi persuasif untuk memberikan informasi aturan-aturan yang menyesuaikan dengan aturan dari pemerintah selama adanya PSBB Lockdown dan PPKM. Penelitian ini berfokus pada bagaimana aktifitas yang dilakukan oleh pihak PGC dalam menjalankan tujuan komunikasi persuasif selama adanya aturan baru dan adanya perubahan aturan selama PSBB Lockdown dan PPKM berlangsung. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan teknik keabsahan data menggunakan metode triangulasi sumber data. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Penelitian ini berfokus pada saat adanya PSBB Lockdown, PPKM dan bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengelola PGC. Pada saat adanya PSBB Lockdown dan PPKM pengelola PGC melakukan pemberitahuan aturan baru dan perubahan aturan dengan memberikan surat edaran, melakukan kontrol keseluruhan Gedung, bertemu langsung dengan *tenant*, dan melalui media yang dimiliki seperti Instagram dan Facebook. Cara pengelola PGC dalam memberikan informasi selama PSBB Lockdown dan PPKM berlangsung susah sesuai dengan tujuan komunikasi persuasif.

**Kata Kunci:** Komunikasi Persuasif, Covid-19, PSBB, PPKM, Pusat Grosir Cililitan (PGC)