

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Strategi Komunikasi Persuasif Ojesa (Ojek Sahabat Wanita) Palembang Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Di Era Pandemi Covid-19**”. Strategi komunikasi persuasif adalah suatu proses perencanaan untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan komunikan menggunakan manipulasi psikologis sehingga komunikan tersebut bertindak seolah keinginannya sendiri. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *theory of reasoned action* (teori tindakan beralasan). Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif Ojesa dalam meningkatkan loyalitas konsumen di era pandemi *Covid-19* dan untuk mengetahui apasaja faktor penghambat dan pendukung komunikasi persuasif Ojesa dalam meningkatkan loyalitas konsumen di era pandemi *Covid-19*. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang mendapatkan informasi melalui teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini dapat dilihat dari *customer* yang merasa senang, nyaman, dan puas dalam menggunakan Ojesa. Strategi tersebut sangat efektif dalam mengubah pendapat, sikap dan tindakan konsumen Ojesa. Dengan adanya strategi komunikasi persuasif berupa tindakan beralasan, maka tidak hanya Ojesa yang mendapat loyalitas konsumen, tetapi konsumen Ojesa juga merasa Ojesa memberikan pelayanan yang lebih dari nyaman kepada konsumen.

Kata kunci : Komunikasi Persuasif, Ojesa, Konsumen.