



RINGKASAN

RETNO ANANDA PUSPITA. Pemanfaatan Media Baru *Website* Wahana sebagai Sarana Komunikasi Internal PT Pos Indonesia *Utilization of New Media Wahana's Website as A Means of Internal Communication PT Pos Indonesia*. Dibimbing oleh LEONARD DHARMAWAN.

Perkembangan teknologi yang sekarang ini semakin cepat dan maju, memunculkan sebuah era yang disebut dengan era media baru. Dengan adanya media baru atau media berbasis internet arus komunikasi menjadi semakin cepat dan juga luas karena teknologi media baru dapat menjangkau lebih banyak orang di lokasi berbeda dalam waktu yang sama. Salah satu bentuk dari media baru yaitu *website*. PT Pos Indonesia merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak menyediakan layanan publik berupa bisnis komunikasi dan informasi tentang perposan di Indonesia, bisnis keuangan, dan bisnis logistik dimana karyawannya telah tersebar hingga ke seluruh Indonesia. Dalam rangka mengoptimalkan komunikasi antar karyawannya PT Pos Indonesia meluncurkan sebuah kanal komunikasi berupa *website* yang diberi nama *website* Wahana untuk digunakan sebagai sarana Komunikasi Internal Perusahaan.

Laporan Akhir ini bertujuan untuk menjelaskan deskripsi dari *website* Wahana, pemanfaatan *website* Wahana sebagai sarana komunikasi internal PT Pos Indonesia, serta hambatan dan solusi yang dihadapi dalam pemanfaatan *website* Wahana. Data yang terkumpul dalam laporan akhir ini merupakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah observasi, wawancara, partisipasi aktif, dan studi pustaka. Waktu pengumpulan data dilaksanakan selama empat puluh hari kerja terhitung dari tanggal 02 Februari 2022 sampai dengan 25 Maret 2022 di Kantor Pusat PT Pos Indonesia yang beralamat di Jl. Cilaki No. 73, Kel. Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat, 40115.

Pemanfaatan *website* Wahana sebagai sarana komunikasi internal PT Pos Indonesia dari pertama kali diluncurkan yaitu pada 14 Desember 2011 hingga saat ini terus mengalami peningkatan dan telah membantu Perusahaan dalam menyimpan serta menyebarkan informasi kepada seluruh karyawan PT Pos Indonesia yang berada di berbagai lokasi secara *real time*. *Website* Wahana telah memberikan banyak manfaat bagi Perusahaan maupun bagi para karyawan karena dijadikan sebagai portal *knowledge management* di Perusahaan. Sebagai portal *knowledge management website* Wahana telah menyajikan konten-konten yang berisikan kiat-kiat serta tips dan informasi Perusahaan lainnya yang telah membantu karyawan untuk termotivasi meningkatkan kinerjanya dan membantu para karyawan baru untuk lebih cepat beradaptasi dengan lingkungan Perusahaan. Selama beroperasi tak jarang juga *website* Wahana mengalami beberapa kendala atau hambatan namun masih bisa teratasi dengan solusi yang telah diberikan.

Kata kunci : komunikasi internal, media baru, *website*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.