

Komparasi majalah internal humas kabar dari pos PT. Pos Indonesia dan Energia PT. Pertamina sebagai media komunikasi internal 2.0 = Comparison of public relations internal magazine kabar dari pos PT. Pos Indonesia and Energia PT. Pertamina as internal communications media 2 0

Patria Dhutani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20460213&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam hal menata informasi yang beredar pada bagian internal perusahaan, pihak manajemen perusahaan harus berusaha melakukan sebuah tindakan kehumasan agar informasi yang akan disebarluaskan tidak mengandung ambiguitas. Hal tersebut dimulai dengan menentukan pola komunikasi dan faktor efektif dari komunikasi itu sendiri. Sebagai ujung tombaknya adalah media internal, salah satunya yaitu majalah internal. Proses elaborasi yang dimiliki Media Internal Pos Indonesia melalui Majalah Kabar Dari Pos dan Media Internal Pertamina dikembangkan melalui Majalah Energia. Dengan berintegrasi melalui media komunikasi internal 2.0, Majalah Kabar Dari Pos dan Majalah Energia hadir dalam bentuk digital sebagai sebuah adaptasi untuk kemajuan teknologi masa kini. Sehingga penulisan ini bertujuan untuk menganalisis komparasi majalah internal Kabar Dari Pos dan Energia sebagai media komunikasi internal 2.0. Hasilnya terlihat bahwa secara keseluruhan, kedua majalah tersebut memiliki desain dan struktur penulisan majalah yang baik. Namun, penyebarluasan kedua majalah belum optimal sehingga diperlukan pelaksanaan pembuatan majalah internal perusahaan yang lebih terencana serta terintegrasi.

.....

In structuring the information circulating on the part of company rsquo s internal, the management of company must struggle to take an act of public relations, in order to the information that would be disseminated not contain ambiguities. It begins by determining patterns of communication and effective factor from the communication itself. As the spearhead is internal media, one of which is magazine. The process of elaboration that owned by Pos Indonesia rsquo s Internal Media developed through by Kabar Dari Pos Magazine and Pertamina rsquo s Internal Media through by Energia Magazine. By integrating through internal communications media 2.0, Kabar Dari Pos Magazine and Energia Magazine come in digital form as an adaptation for today rsquo s technological advancements. So this paper aims to analyze the comparison of internal magazine Kabar Dari Pos and Energia as a medium of internal communication 2.0. The results show that overall, both magazines have good design and magazine writing structure. However, the dissemination of both magazines have not been optimized so it is necessary to have a more planned and integrated implementation of the company rsquo s internal magazine.