

## ABSTRAK

Komunikasi adalah kebutuhan dasar dalam berorganisasi yaitu menyampaikan pesan agar kegiatan dapat berjalan sesuai arahan yang diinginkan, pada penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses penyusunan strategi komunikasi internal pada peningkatan kinerja perusahaan dengan studi kasus di Pajakku.com sebagai Penyedia Jasa Aplikasi Perpajakan (PJAP) merupakan perusahaan berbasis digital yang menjalankan usaha berdasarkan izin yang dikeluarkan dan diawasi oleh Direktorat Jenderal Pajak, selain itu juga akan menjelaskan tahapan proses penyusunan strategi komunikasi internal antara lain media digital yang dijalankan di Pajakku.com.

Teori komunikasi internal yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Andre Hardjana (2014) dan proses penyusunan strategi komunikasi mengacu pada pendapat Arni Muhammad (2009). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, teknik pengumpulan data primer: wawancara secara online terhadap informan pada tanggal 19 dan 21 April 2022 dan observasi data dari Januari 2022 sampai dengan Maret 2022, sedangkan data sekunder: dari studi pustaka dan literatur yang sejenis dengan penelitian ini.

Dengan terkumpulnya data dan informasi maka tahapan-tahapan penyusunan proses strategi komunikasi internal terdiri dari menganalisa situasi perusahaan guna mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dengan menggunakan *SWOT analysis*, kemudian melakukan pemetaan isu, pemangku kepentingan yang terlibat, penyusunan tujuan, pesan, media digital yang digunakan dalam berkomunikasi dan taktik implementasi yang dijalankan serta evaluasi terhadap kegiatan komunikasi internal di Pajakku.com.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi internal berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja Pajakku.com. Disarankan analisis SWOT dijadikan landasan dalam menyusun strategi komunikasi internal Pajakku.com, sehingga akan tergambar pemetaan isu atau masalah dan level atau kelompok karyawan yang terkait, pada pemetaan stakeholder internal. Pajakku telah menggunakan media komunikasi yang berbasis digital terhadap seluruh arus informasi. Pengukuran atas penggunaan media komunikasi digital dan evaluasi kegiatan komunikasi internal harus dilakukan secara regular dan pada akhir tahun untuk mendapatkan pemahaman akan persoalan-persoalan yang ada di internal dan bagaimana strategi komunikasi yang tepat bagi karyawan Pajakku.com sehingga memudahkan melakukan koreksi positif dan pengukuran nya dalam pencapaian kinerja perusahaan.

**Keywords:** Analisis *SWOT*, *kinerja perusahaan*, *komunikasi internal*, *media digital*

## **ABSTRACT**

*Communication is a basic need within an organization, one of those is to convey messages so that activities can run as desired. This study aims to examine the process of developing internal communication strategies to improve company performance using a case study at Pajakku as a Tax Application Service Provider (PJAP). Pajakku is a digital-based business that runs on a permit issued and supervised by the Directorate General of Taxes. This paper also explains internal communication strategy and its processes, including the digital media in Pajakku.*

*The internal communication theory used in this study is based on the opinion of Andre Hardjana (2014), whereas the communication strategy development is based on the perspective of Arni Muhammad (2009). This study uses qualitative methods and primary data collection techniques that include online interviews with informants on the 19th and 21st of April 2022; and observation data from January to March 2022. Secondary data includes literature studies relevant to this research.*

*The development process of internal communication strategies consists of the following: analyzing the company's situation to find out the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the company, known as SWOT analysis; mapping the issues and the stakeholders involved; setting up goals, messages, and the digital media used in communication; and implementing tactics as well as evaluating internal communication activities at Pajakku.*

*The result of this study found that internal communication strategies have proven to have a positive effect on Pajakku's performance. A SWOT analysis is recommended to be used as the basis for developing Pajakku's internal communication strategies. Thus, the issues were mapped and illustrated. Pajakku has used digital-based communication media for all information flows. Measuring the use of such communication media and evaluating the internal communication activities must be done regularly and at the end of the year in order to gain an understanding of how the problems exist internally as well as how the right communication strategy positively affects Pajakku employees to achieve the targetted performance.*

**Keywords:** SWOT analysis, company performance, internal communication, digital media