

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuat perusahaan dituntut untuk selalu beradaptasi dalam mengembangkan inovasi-inovasi berbasis digital salah satunya adalah PT Pos Indonesia (Persero) melalui POSPAY. Maka penelitian ini berfokus pada komunikasi humas PT Pos Indonesia (Persero) dalam mengkomunikasikan POSPAY kepada masyarakat. Komunikasi dapat dikatakan efektif jika terdapat pengertian yang bisa mendatangkan kebahagiaan, mempengaruhi perilaku, meningkatnya hubungan sosial kearah yang lebih baik dan pada akhirnya dapat memunculkan suatu tindakan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengukur seberapa besar efektivitas komunikasi Humas PT Pos Indonesia (Persero) pada pengetahuan masyarakat mengenai POSPAY. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif. Sampel yang diambil menggunakan teknik *Non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Hasil analisis tanggapan responden memperoleh hasil sebesar 78,2 % pada variabel efektivitas komunikasi (X) dan 77,95 % pada variabel pengetahuan masyarakat (Y). Uji hipotesis ini memperoleh bahwa t hitung sebesar 7,574 lebih besar dari pada t tabel sebesar 1,984. Maka dapat disimpulkan efektivitas komunikasi Humas PT Pos Indonesia (Persero) terhadap pengetahuan masyarakat mengenai POSPAY masuk kedalam kategori efektif.

Kata Kunci : Efektivitas Komunikasi, Hubungan Masyarakat, Pengetahuan Masyarakat, POSPAY