

ABSTRAK

Dalam era digital, komunitas berbasis virtual semakin berkembang sebagai ruang kolaborasi dan pemberdayaan, termasuk bagi perempuan muda yang ingin mengembangkan karier dan bisnisnya. Salah satu komunitas yang hadir dengan pendekatan tersebut adalah Women Empower Women at Work (WEWAW), sebuah komunitas pemberdayaan perempuan di Indonesia yang berfokus pada pendampingan karier dan bisnis melalui berbagai program pelatihan. Penelitian ini membahas strategi komunikasi internal dalam komunitas pemberdayaan perempuan Women Empower Women at Work (WEWAW), sebuah komunitas berbasis virtual yang berfokus pada pendampingan karir dan bisnis bagi perempuan muda di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi internal public relations yang diterapkan WEWAW dalam membangun dan mempertahankan loyalitas anggota. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan merujuk pada teori *Excellence Theory* dari Grunig (2003) sebagai landasan analisis terhadap komunitas berbasis virtual, serta menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi internal yang strategis dapat menjadi fondasi penting dalam menjaga keberlanjutan komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi internal di WEWAW dijalankan secara efektif dengan mengacu pada lima komponen utama, yaitu: komunikasi dua arah yang mendorong komunikasi terbuka antara pengurus dan anggota, keterlibatan anggota, pembangunan kepercayaan dan kredibilitas dengan menekankan komunikasi empatik, kontinuitas komunikasi melalui agenda rutin dan evaluasi bersama, serta penggunaan saluran komunikasi yang tepat, baik daring maupun luring. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi internal yang strategis tidak hanya memperkuat hubungan antar anggota, tetapi juga menjadi fondasi penting untuk menjaga keberlanjutan bagi komunitas dan anggotanya secara jangka panjang.

Kata Kunci: Public Relations, loyalitas, hubungan anggota