



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dewasa ini, tak bisa kita pungkiri bahwa perkembangan teknologi dan komunikasi semakin hari semakin pesat, perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu cepat tentunya tidak dapat kita hindari. Perkembangan teknologi yang terjadi sedikit banyak telah memberikan dampak dan pengaruh bagi sebagian besar kehidupan manusia. Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan maka teknologi juga akan semakin berkembang dan maju. Dunia saat ini bisa dibilang telah berada pada masa dimana teknologi bisa dibilang sebagai pengarah hidup manusia karena pengaruhnya yang begitu besar dan juga ditopang dengan sistem sosial yang kuat. Sejak adanya internet pola kehidupan sehari-hari menjadi berubah. Internet membuat bumi seolah-olah menjadi sebuah desa kecil yang selalu hidup dan tidak pernah tidur karena semua kegiatan bisa difasilitasi oleh internet.

Walidaini (2018:44) mengungkapkan bahwa Internet biasanya digunakan untuk mencari dan mendapatkan informasi sesuai dengan yang diminati dan sesuai dengan yang dibutuhkan. Intera (2021) juga mengungkapkan bahwa sejak kemunculan internet, semakin hari internet terus menerus berkembang dengan pesat sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa semua penemuan-penemuan baru yang muncul setelah kelahiran internet merupakan peran besar dari internet itu sendiri. Perkembangan teknologi juga tidak bisa terlepas dari perkembangan ilmu pengetahuan. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan dibutuhkan oleh manusia untuk bisa tetap bertahan dan berhasil sesuai dengan peran utama dari pengetahuan yaitu sebagai sumber daya sekaligus produk dan pengetahuan bisa disebut sebagai sumber utama dalam bergabung di industri teknologi maju.

Perkembangan teknologi yang pesat membuat penyebaran informasi menjadi semakin mudah, cepat dan juga tepat. Informasi dan pengetahuan juga merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan karena saling bergantung satu dengan lainnya, hal tersebut dikarenakan ketika seseorang menerima atau mendapatkan pengetahuan maka hal tersebut berarti bahwa orang tersebut telah menerima informasi yang kognitif. Seperti yang sama-sama kita ketahui bahwa masyarakat saat ini merupakan masyarakat informasi, hal tersebut terlihat dari sesaknya lalu lintas informasi. Akhir-akhir ini dapat dilihat bahwa dimana pun dan kapanpun masyarakat akan selalu mencari informasi tentang hal apapun karena saat ini manusia hidup dizaman dimana informasi dapat dengan mudah diakses dan tersedia dimana-mana terlepas dari valid maupun tidaknya sebuah informasi yang diterima oleh masyarakat.

Perkembangan internet yang terus menerus berevolusi dan mengalami perubahan dengan begitu cepat membuat lahirnya sebuah era baru yang disebut dengan era media baru atau *new media*. *New media* atau media baru merupakan sebuah era dimana komunikasi dilakukan dengan menggunakan media yang berbasis internet. Perkembangan era media baru, juga membuat munculnya sebuah media yang disebut *website*. *Website* merupakan sebuah media yang ditampilkan di internet berguna untuk menampung data teks, gambar, suara, hingga animasi dan diakses menggunakan komputer atau *handphone* yang terhubung dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

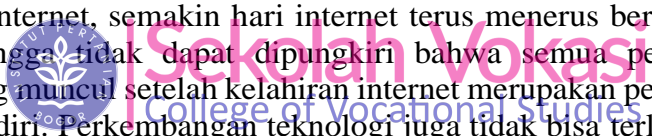
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

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

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



internet secara global. Priyatno (2015:2) mengungkapkan bahwa *website* merupakan kumpulan halaman-halaman *web* yang mengandung sebuah informasi yang tergabung dari sebuah domain.

Munculnya *new media* seperti *website* membuat penyebaran informasi melalui komunikasi menjadi semakin mudah dan cepat. Sebagai makhluk sosial setiap manusia selalu berkomunikasi untuk menjalin hubungan satu sama lain dengan sesamanya. Menurut Saleh *et al.* (2022:2) mengungkapkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian informasi, gagasan, hingga keahlian dengan menggunakan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka dan sebagainya.

Komunikasi sangat penting dalam kehidupan manusia dan tanpa adanya komunikasi manusia dapat dikatakan kehilangan arah dalam menjalani kehidupan sebagai makhluk sosial. Rustan *et al.* (2017:8) mengungkapkan dalam bukunya bahwa secara etimologi komunikasi memiliki makna bersama-sama yang mana bersama-sama ini dimaksud dengan adanya kesamaan pemaknaan terhadap suatu hal yang sedang disampaikan atau digagas. Komunikasi merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan ide maupun gagasan kepada individu atau kelompok lain dengan tujuan agar terciptanya kesepahaman kedua belah pihak terkait pesan yang disampaikan. Komunikasi tidak hanya dapat dilakukan secara langsung tetapi juga bisa dilakukan secara tidak langsung dengan menggunakan media digital yang muncul sesuai dengan pesatnya perkembangan teknologi.

PT Pos Indonesia merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak pada bidang layanan Logistik. PT Pos Indonesia hingga saat ini tercatat memiliki titik kantor dan karyawan hingga ke pelosok Indonesia. Persebaran kantor dan karyawan PT Pos Indonesia membuat mereka kesulitan untuk menyampaikan informasi kepada sesama karyawan yang ada. Pesatnya perkembangan teknologi dan sesaknya lalu lintas informasi PT Pos Indonesia terdorong untuk meluncurkan sebuah kanal komunikasi internal Perusahaan yang sesuai dengan tren dengan meluncurkan *website* Wahana guna mengoptimalkan komunikasi internal Perusahaan. Peluncuran *website* Wahana juga didorong oleh latar belakang manusia sebagai makhluk sosial dan juga sebagai sebuah organisasi maka komunikasi internal atau hubungan antar organisasi dan karyawan yang optimal dan efektif agar tercipta kesamaan pemahaman akan suatu pesan atau informasi sangat dibutuhkan oleh PT Pos Indonesia dengan tujuan untuk bisa terus melangkah maju dan mewujudkan semua cita-cita Perusahaan. *Website* ini diluncurkan agar setiap karyawan PT Pos Indonesia yang tersebar hingga ke pelosok Indonesia yang memiliki keberagaman dan perbedaan karakter serta budaya masing-masing dapat memperoleh informasi yang relevan dan mendetail mengenai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melihat seperti apa pemanfaatan *website* Wahana sebagai sarana komunikasi internal PT Pos Indonesia.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ditulis, maka didapatkan beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini, meliputi:

- 1) Bagaimana deskripsi *Website* Wahana Pos Indonesia?
- 2) Bagaimana pemanfaatan *Website* Wahana sebagai media komunikasi internal PT Pos Indonesia?



- 3) Apa saja hambatan dan solusi yang dihadapi dalam pemanfaatan *Website* Wahana?

Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka tujuan yang akan dibahas pada Laporan Akhir ini yaitu meliputi:

- 1) Menjelaskan deskripsi tentang *Website* Wahana.
- 2) Menjelaskan pemanfaatan *Website* Wahana sebagai media komunikasi internal PT Pos Indonesia.
- 3) Menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi dalam pemanfaatan *Website* Wahana.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengambilan data untuk penulisan Laporan Akhir dilaksanakan di Kantor Pusat PT Pos Indonesia, yang beralamat di Jl. Cilaki No. 73, Kel. Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat, 40115. Waktu pengumpulan data dilaksanakan pada saat kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang terhitung selama 2 bulan, dimulai dari tanggal 2 Februari 2022 sampai dengan 25 Maret 2022. Waktu Praktik Kerja lapangan dilaksanakan pada hari Senin sampai Jumat pukul 08.30-16.30 WIB. Data yang dikumpulkan berdasarkan pengalaman penulis selama melakukan PKL di Kantor Pusat PT Pos Indonesia serta didapat dari *database* Bagian Komunikasi Internal PT Pos Indonesia.

Data dan Instrumen

Data yang digunakan untuk menunjang penyelesaian Laporan Akhir ini yaitu berupa data primer dan sekunder.

- 1) Data Primer
Data Primer merupakan data atau informasi yang diambil langsung oleh penulis melalui pengamatan selama melakukan Praktik Kerja Lapangan di Bagian Komunikasi Internal PT Pos Indonesia, data data internal Perusahaan serta hasil wawancara dengan narasumber.
- 2) Data Sekunder
Data Sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya melainkan didapatkan melalui berbagai sumber literatur seperti buku-buku, jurnal *online* dan juga sumber bacaan lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diangkat penulis dan dapat dijadikan sebagai referensi dalam menulis Laporan Akhir.
- 3) Instrumen
Instrumen merupakan alat yang digunakan penulis untuk membantu pengumpulan data dan informasi, baik data primer maupun sekunder.