

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam mengikuti perkembangan teknologi di dunia berkomunikasi, perusahaan turut mengembangkan fasilitas teknologi komunikasi agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang kuat di era globalisasi. Saat ini perusahaan dituntut agar mampu mengikuti perubahan teknologi yang semakin hari semakin berkembang.

Penerapan teknologi informasi pada sebuah organisasi atau instansi perusahaan akan meningkatkan efektifitas kerja, didukung dengan fasilitas baru bernama *intranet* sebagai salah satu bentuk percepatan teknologi komunikasi (Siregar, 2000:25). *Intranet* merupakan suatu jaringan komputer khusus untuk penggunaan pada lingkungan di dalam batasan suatu organisasi. *Intranet* didefinisikan sebagai penggunaan teknologi internet dan *www* (*world wide web*) di dalam sebuah jaringan komputer lokal (LAN). Dengan menggunakan sistem jaringan yang baik, sistem *e-mail* yang baik, dan *web page* yang mudah untuk digunakan, perusahaan dapat menggunakan fasilitas *intranet* tanpa batas ruang dan waktu untuk komunikasi antar karyawan dalam sebuah perusahaan.

Perkembangan teknologi berkomunikasi yang semakin maju membuat PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) sebuah perusahaan jasa pengiriman atau ekspedisi yang ikut memanfaatkan kecanggihan teknologi komunikasi dengan membuat sebuah *website* internal yang diberi nama JNE Pedia. JNE Pedia adalah sebuah *website* internal perusahaan yang di dalamnya berisikan *product knowledge* serta ketentuan-ketentuan mengenai kebijakan dari perusahaan.

Menurut pernyataan Reno Supratman, sebagai *customer care support department* mengatakan bahwa “keberadaan JNE Pedia adalah sebagai wadah informasi bagi karyawan *customer care* PT. JNE ketika memberikan informasi kepada *customer* mengenai *product knowledge* serta ketentuan yang berlaku di PT. JNE semua jawaban berada di *website* tersebut” (Hasil wawancara dengan

customer care support department, Retno Supratman pada tanggal 02 Agustus 2018).

PT. JNE merupakan perusahaan anak bangsa yang bergerak dibidang jasa pengiriman atau ekspedisi yang berdiri pada tanggal 26 November Tahun 1990. PT. JNE berdiri selama kurang lebih 28 Tahun dengan jaringan lebih dari 6.000 titik yang tersebar diseluruh Indonesia. PT. JNE berusaha untuk mewujudkan visi menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan didunia dengan memberikan pengalaman yang terbaik kepada pelanggan (www.jne.co.id).

Kegiatan komunikasi yang terjadi di *departement customer care* PT. JNE tentunya dapat menunjang kinerja karyawan yang berada di *departement* tersebut. Definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (Cangara, 2006:18) mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan; (1) membangun hubungan antarsesama manusia (2) melalui pertukaran informasi (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

Dari pengertian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa komunikasi sangatlah penting dalam menjalankan hidup sebagai makhluk sosial. Karena komunikasi sangat diperlukan dalam proses penyampaian informasi atau pertukaran ide-ide. Bahkan komunikasi juga dapat mengubah semangat serta motivasi kerja dalam suatu perusahaan.

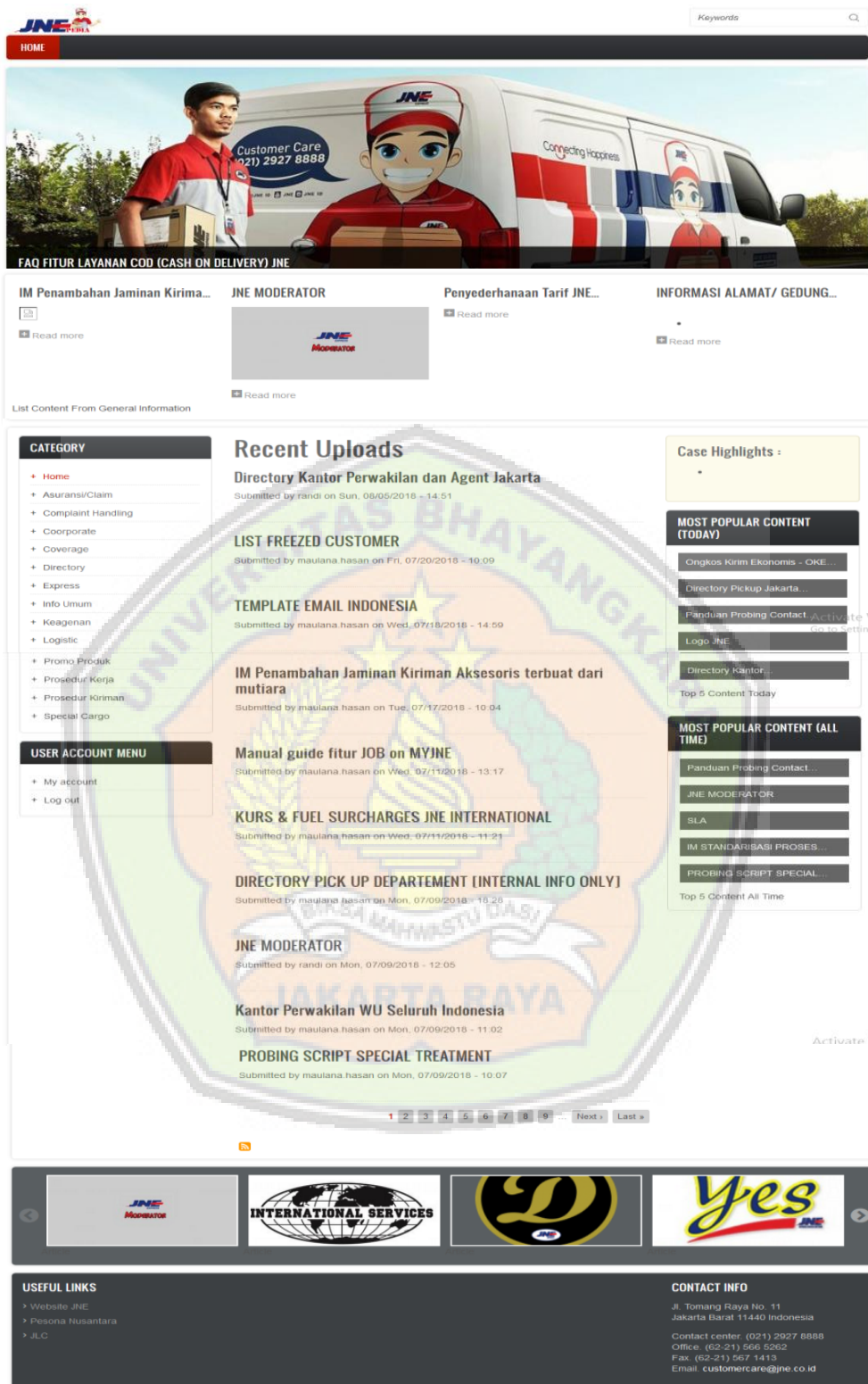
Suatu organisasi atau perusahaan tentunya ingin menciptakan sebuah komunikasi yang baik dalam lingkungan perusahaannya, jika komunikasi dalam organisasi atau perusahaan dapat berjalan lancar maka perusahaan tersebut dengan mudah dapat mencapai target yang diinginkan, begitu pula sebaliknya jika komunikasi dalam suatu organisasi atau perusahaan tidak dapat berjalan dengan baik maka perusahaan tersebut akan mengalami krisis komunikasi.

Pada awalnya JNE Pedia dibuat oleh karyawan yang bernama Satya Bayu Pradana. JNE Pedia sendiri awalnya bernama Bayu Pedia (dinamakan karena terinspirasi Wikipedia dan Softpedia), dan beredar pertama kali di Bulan Juli Tahun 2013 dibangun dan dikembangkan dari awal secara sendiri, yang saat itu

dipergunakan untuk pribadi dan dibagikan pada beberapa rekan kerja internal. Bayu Pedia adalah *knowledge base* yang saat itu sangat membantu pekerjaan *agent costomer care* ketika melayani pelanggan dan di dalamnya pun terkumpul beragam informasi yang dibutuhkan.

Kemudian pada akhir Bulan September 2013 Bayu Pedia diajukan ke *head of customer care* (Ibu Amelia Angelica/Amel) dan keputusannya Bayu Pedia harus tetap dilanjutkan dan dikembangkan agar lebih baik lagi. Bayu Pedia dibahas pada RAPIM (Rapat Pimpinan Akhir Tahun) yang akhirnya Bayu Pedia berubah nama menjadi JNE Pedia. Sebagai penghargaan dan apresiasi pada HUT JNE ke 23 Tahun 2013 di Ancol, Jakarta Utara pembuat JNE Pedia atas nama Satya Bayu Pradana diberikan kesempatan naik keatas panggung dan menerima sertifikat penghargaan sebagai *Best Innovator* dan mendapatkan 1 unit *smartphone*.

Setelah mengalami berbagai pengembangan akhirnya JNE Pedia dapat diakses oleh seluruh cabang *department customer care* PT. JNE. Untuk mengaksesnya para karyawan *customer care* dapat melalui link internal <http://jnepedia.jne.co.id/> setelah masuk ke link tersebut *agent* harus menggunakan *user name* dan *password agent* yang telah dimiliki, untuk *website* ini hanya bisa diakses oleh karyawan yang bernaung dibawah *department customer care* saja dan JNE Pedia pun memiliki *team* khusus yang mengelolanya. Berikut ini adalah tampilan dari JNE Pedia :



Gambar 1.1 Tampilan *website* internal JNE Pedia

Sumber : JNE Pedia

Berdasarkan pernyataan salah seorang koordinator melalui wawancara dengan peneliti pada tanggal 06 Agustus 2018 di *unit backline customer care* PT. JNE Cabang Bekasi, Andis Wanandis mengatakan bahwa JNE Pedia efektif digunakan oleh PT. JNE Cabang Bekasi pada awal tahun 2016, keberadaan media komunikasi internal berupa *website* dalam suatu perusahaan sangatlah membantu pekerjaan karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab serta meningkatkan kinerja karyawan PT. JNE Cabang Bekasi dalam melayani *customer*, dan *website* ini juga berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi yang merata bagi karyawan.

PT. JNE sendiri sebenarnya memiliki dua *webiste* yang dikelola, yaitu *website* internal dan *website* eksternal. *Website* internal yang dimiliki oleh PT. JNE adalah JNE Pedia yang memiliki link <http://jnepedia.jne.co.id> dan hanya diakses oleh satu *departement* saja serta untuk mengakses *website* tersebut harus memiliki *user name* dan *password*. Sedangkan *website* eksternal yang dimiliki PT. JNE dengan link www.jne.co.id dan *web* ini dapat diakses oleh seluruh karyawan serta masyarakat yang ingin melakukan cek mengenai status kiriman yang telah di kirim serta dapat mengetahui ongkos kirim di suatu daerah.

Tidak semua perusahaan yang memiliki dua *website* seperti PT. JNE yang membedakan antara *website* internal dan *website* eksternal. Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aryani Wulan Sari dan Rah Utami Nugrahani dengan judul Pengaruh Media Internal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Pelita Air *Service* Jakarta pada Tahun 2013. Dalam penelitian tersebut membahas mengenai sebuah *website* internal yang dimiliki oleh PT. Pelita Air *Service* yang diberi nama IntraPAS. *Website* IntraPAS sendiri digunakan oleh seluruh karyawan yang berada di PT tersebut tanpa menggunakan *user name dan password* untuk menggunakannya.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Siska Marsela Amanda dengan judul Penggunaan *Website* Internal dan Kepuasan Informasi bagi Karyawan Kantor Walikota Jakarta Barat pada Tahun 2012 dalam penelitian ini membahas tentang *website* Walikota Jakarta Barat yang ditujukan secara umum, khalayak dapat mengakses *website* tersebut. Selain khalayak umum *website* ini juga ditujukan

sebagai penghubung antara karyawan dengan karyawan, dan dalam *webiste* ini pun ketika melakukan akses tidak perlu menggunakan *user name dan password* ketika mengaksesnya.

Selain itu, peneliti juga melakukan konfirmasi melalui telepon dengan *customer care* PT. J&T yang merupakan kompetitor dari PT. JNE pada tanggal 05 November 2018 pukul 19:22 dan terhubung dengan Ibu Hasnah selaku *customer care* dari PT. J&T dan memberikan informasi bahwa PT. J&T tidak memiliki *website* internal khusus yang digunakan hanya untuk *departemen customer care*. PT. J&T hanya mempunyai satu *website* saja dengan alamat www.jet.co.id dan semua informasi mengenai informasi terbaru perusahaan sudah tercantum pada *website* tersebut.

Berdasarkan hal tersebut alasan yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai JNE Pedia karena JNE Pedia merupakan sebuah *website* yang memiliki pembaharuan atau inovasi terbaru yang dimiliki oleh PT. JNE. Dalam mengaksesnya seorang karyawan harus melakukan *login* terlebih dahulu menggunakan *user name* dan *password* yang telah diberikan oleh perusahaan.

Website internal JNE Pedia hanya fokus memberikan informasi-informasi terbaru mengenai *product knowladge* serta kendala-kendala yang terjadi mengenai suatu wilayah pengiriman, selain itu juga di dalam JNE Pedia terdapat *script probing* untuk karyawan *customer care* dalam menjawab pertanyaan *customer*. JNE Pedia juga hanya digunakan oleh satu *departement* saja yaitu *departemen customer care* berbeda dengan perusahaan lain yang menggunakan satu *website* untuk seluruh karyawan hingga *customer*.

Namun, keadaan yang saat ini terjadi setelah peneliti melakukan observasi di *departement customer care* adalah dalam pemanfaatan dan penggunaan JNE Pedia oleh seluruh karyawan *customer care* PT. JNE Cabang Bekasi sejauh ini belum dikatakan baik. Pernyataan salah satu karyawan *agent inbound call* PT. JNE Cabang Bekasi, Adam Febry mengatakan bahwa kemunculan JNE Pedia memang sangat membantu pekerjaan dalam melayani *customer* namun beberapa karyawan masih memiliki perhatian yang rendah terhadap keberadaan JNE Pedia

sehingga pencarian atas pemenuhan informasi ketika melayani *customer* cenderung dilakukan melalui *word of mouth* (informasi dari mulut ke mulut) yang belum tentu informasi yang didapat tersebut akurat.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *website* internal JNE Pedia dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi karyawan *customer care* PT. JNE Cabang Bekasi. Peneliti mengambil objek di *departement customer care* PT. JNE Cabang Bekasi. Oleh sebab itu, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “***Pemanfaatan Website Internal JNE Pedia Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Tiki JNE (Studi Deskriptif Kualitatif Customer Care Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE) Cabang Bekasi)***”.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan *website* internal JNE Pedia dalam memenuhi kebutuhan informasi karyawan.

1.3 Fokus Penelitian

Peneliti memfokuskan penelitian mengenai pemanfaatan *website* internal JNE Pedia dalam memenuhi kebutuhan informasi karyawan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *website* internal JNE Pedia dalam memenuhi kebutuhan informasi karyawan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi di perusahaan yang memanfaatkan *website* internal dalam menunjang kinerja karyawan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Dan untuk kegunaan praktisnya adalah:

1. Dapat memberikan sumbangsih kepada perusahaan yang ingin melakukan kegiatan komunikasi melalui *website* internal.
2. Dapat memberikan kontribusi kepada mahasiswa melakukan Penelitian.

