

## INTISARI

### **NILAI SURAT DI ERA DIGITAL YANG DIKRIM MELALUI PT POS INDONESIA: STUDI KASUS DI KANTOR POS BESAR YOGYAKARTA**

**Oleh : Afifatuz Zuraidah (14/366083/SA/17540)**

Era digitalisasi sempat membuat PT Pos Indonesia mengalami kerugian berat, terutama pada bisnis surat berprangko. Tahun 2004 misalnya, surat biasa domestik yang dikirimkan melalui PT Pos Indonesia mencapai 299,2 juta. Namun pada tahun 2009 jumlahnya tinggal 22,5 juta saja. Hal yang sama juga terjadi pada bisnis surat kilat dan paket yang masing-masing turun dari 22,3 juta dan 60,5 juta pada tahun 2004 menjadi hanya 9,6 juta dan 1,7 juta pada tahun 2009. Penelitian ini menggunakan metode penelitian secara pengamatan, wawancara mendalam dan *snowball sampling* terhadap lima informan dimana kemudian didapatkan hasil bahwa surat mengalami pergeseran nilai yang dulunya sebagai media utama bertukar kabar kini memiliki nilai yang nilai kemanusiaan karena tingkat keintiman hubungan yang lebih terasa dibandingkan melalui media sosial. Kedua adalah fungsi psikologis berupa hobi atau kebiasaan. Ketiga adalah fungsi pendidikan berupa dapat meningkatkan budaya menulis tangan, meningkatkan keterampilan bahasa asing dan meminimalisir informasi *hoax*. Selain itu, kelima informan mengalami kejenuhan terkait layanan surat berprangko karena minim inovasi kecuali prangko prisma. Sehingga, kelima informan berharap salah satunya agar dapat dilakukan pelacakan pada surat yang sudah dikirim. Oleh karena itu, PT Pos Indonesia diharapkan dapat menjalin kerjasama dengan instansi pendidikan untuk sosialisasi terkait surat berprangko baik dari segi pengetahuan tentang prangko atau bagaimana cara mengirimkan surat di kantor pos. Sehingga PT Pos Indonesia tidak hanya menciptakan pangsa pasar, tetapi juga berkontribusi dalam transformasi pendidikan dan menjaga nilai historis PT Pos Indonesia.

Kata Kunci: nilai, surat, digitalisasi

## **ABSTRACT**

### **THE VALUE OF LETTERS IN DIGITAL ERA THAT WAS POSTED THROUGH PT POS INDONESIA: STUDY CASE IN POST OFFICE YOGYAKARTA**

**By: Afifatuz Zuraidah (14/366083 / SA / 17540)**

The digital Era could make PT Pos Indonesia suffer big loss, especially on the business postage stamp letter. In 2004 for example, domestic ordinary mail sent through PT Pos Indonesia reached 299.2 million. But in 2009 the number was only 22.5 million. The same matter also happen on the mail and package business, which fell from 22.3 million and 60.5 million in 2004 to just 9.6 million and 1.7 million in 2009. By using observation, depth interviews and snowball sampling research method on five informants, found out the result that the letter experienced a shift in value that was once the main media to exchange news is now has value humanity because the level of intimacy of the relationship is more valuable than through social media. Second is the psychological function of hobby or habit. Third is educational function to increase culture of handwriting, increase foreign language skill and minimize hoax information. Furthermore, the five informants experienced saturation about postage stamp letter service because of minimal innovation except prism stamps. So, the five informants hope one of them can be tracked on the letter that has been sent. Therefore, PT Pos Indonesia is expected to establish corporation with education institutions for socialization about postage stamp letter either is knowledge about stamps or how to sent letters at the post office. So PT Pos Indonesia not only creates market share but also contributes to the transformation of education and maintains the historical value of PT Pos Indonesia.

Keywords: value, letter, digitization