BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah dan Perkembangan PT Bio Farma (Persero)

PT Bio Farma (Persero) adalah BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang kepemilikan sahamnya dimiliki sepenuhnya oleh pemerintah. PT Bio Farma (Persero) sebagai satu-satunya produsen vaksin untuk manusia di Indonesia yang selama ini telah mendedikasikan seluruh sumber daya yang dimilikinya untuk memproduksi vaksin dan antisera yang berkualitas internasional untuk mendukung program imunisasi nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat Indonesia yang memiliki kualitas derajat kesehatan yang lebih baik.

PT Bio Farma (Persero) berdiri sejak 120 tahun yang lalu, dimana pada tahun 1890 – 1894 merupakan tanggal dikeluarkannya Surat Keputusan Hindia Belanda, tepatnya pada tanggal 6 Agustus 1890 tentang pendirian *Parc Vaccinogene* atau *Landskoepok Inrichting* di rumah sakit tentara Weltevreden – Batavia, yang merupakan tonggak sejarah awal berdirinya perusahaan vaksin dan sera di Indonesia.

Lembaga ini kemudian berubah menjadi *Parc Vaccinogene Instituut Pasteur* seiring berjalannya waktu dan semakin meningkatnya kegiatan produksi, pada tahun 1895 – 1901.

Setelah tahun 1923 menempati gedung di Jalan Pasteur, nomor 28 Bandung, lembaga ini kembali mengubah namanya menjadi *Landskoepok Inrichting en Instituut Pasteur*, dan tahun 1924-1942 dipimpin oleh L. Otten.

Pada saat Jepang berkuasa, nama lembaga diubah menjadi *Bandung Boeki Kenkyushoo* dan kegiatannya dipusatkan di Gedung Cacar dan Lembaga Pasteur Bandung yang dipimpin oleh Kikuo Kurauchi.

Kegiatan lembaga ini kemudian berpindah ke Klaten, selama Bandung diduduki Belanda, sehingga *Bandung Boeki Kenkyushoo* kembali berganti nama menjadi *Landskoepok Inrichting en Instituut Pasteur*. Pada periode ini lembaga dipimpin oleh R. M. Sardjito (1945-1946), dan beliau merupakan orang Indonesia pertama yang memimpin lembaga ini.

Pada tahun 1950 – 1954, Gedung Cacar dan Lembaga Pasteur di Bandung kembali menjadi tempat berlokasinya kegiatan produksi vaksin dan sera.

Seiring dengan terjadinya nasionalisasi berbagai perusahaan Belanda, pemerintah Indonesia pada saat itu mengubah *Landskoepok Inrichting en Instituut Pasteur* menjadi Perusahaan Negara Pasteur.

Melalui Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 1961 (Lembaran Negara Tahun 1961 No.101), Perusahaan Negara Pasteur berubah menjadi Perusahaan Negara Bio Farma.

Setelah melalui penelitian dan penilaian bentuk badan usaha Bio Farma resmi menjadi Perusahaan Umum Bio Farma dengan Peraturan Pemerintah RI

No. 26 Tahun 1978. Periode itu Prof. Dr. Konosuke Fukai telah mengawali upaya transfer teknologi produksi Vaksin Polio dan Campak.

Setelah hampir dua puluh tahun berstatus sebagai Perum (Perusahaan Umum), berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1997, perusahaan berubah menjadi Perseroan Terbatas (PT) yang selanjutnya dikenal dengan PT Bio Farma (Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia.

Bidang usaha utama PT Bio Farma (Persero) adalah memproduksi vaksin dan antisera yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat yang didukung oleh penelitian dan pengembangan, pemasaran dan distribusi serta usaha pelayanan jasa pemeriksaan laboratorium kesehatan dan imunisasi, sehingga mendapatkan keuntungan guna meningkatkan nilai Perseroan.

PT Bio Farma (Persero) menjalankan roda organisasinya di atas lahan seluas 91.058 m^2 bertempat di Jalan Pasteur No. 28 Bandung untuk fasilitas produksi, penelitian pengembangan, pemasaran dan administrasi. Kemudian, seluas 282.441 m^2 yang berlokasi di Cisarua, Lembang, Kabupaten Bandung Barat untuk pengembangbiakkan dan pemeliharaan laboratorium. Sedangkan untuk mendukung kelancaran operasional, perusahaan juga memiliki Kantor Perwakilan yang bertempat di Gedung Arthaloka Lt. 3 di Jalan Jend. Sudirman No. 2, Jakarta.

1.2 Visi dan Misi

1.2.1 Visi

Menjadi produsen vaksin dan antisera yang berdaya saing global.

1.2.2 Misi

1. Memproduksi, memasarkan dan mendistibusikan vaksin dan antisera yang berkualitas internasional untuk kebutuhan Pemerintah, swasta nasional, dan internasional.
2. Mengembangkan inovasi vaksin dan antisera sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Mengelola perusahaan agar tumbuh dan berkembang dengan menerapkan prinsip-prinsip *good corporate governance*.
4. Meningkatkan kesejahteraan karyawan dan pemegang saham, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya.

1.3 Logo dan Arti Logo Perusahaan

1.3.1 Logo

PT Bio Farma (Persero) adalah sebuah perusahaan yang adaptif dalam mengantisipasi *trend* bisnis dan teknologi di bidang vaksin dan antisera. Salah satu bentuk antisipasi tersebut adalah dengan memiliki logo yang merupakan lambang sebagai identitas jati diri perusahaannya.

Adapun logo dari PT Bio Farma adalah sebagai berikut :

Gambar 1.1

Logo PT Bio Farma (Persero)



Sumber : Arsip Dokumen PT Bio Farma (Persero) Tahun 2008

1.3.2 Arti Logo

Seperti halnya sebuah nama, logo perusahaan pun memiliki arti atau makna tersendiri. Adapun arti dari logo pada perusahaan PT Bio Farma (Persero) tersebut adalah :

1. Logo tersebut merupakan adaptasi bentuk pencitraan dari "*Crystal Protein*" dan "*Glicoprotein*".

   Hal tersebut merefleksikan bahwa Bio Farma adalah sebuah perusahaan di bidang vaksin dan serum.

2. Mencitrakan ilusi pendar bintang (*sparkling*).

   Dalam hal ini pendar bintang yang dimaknai sebagai semangat dan dinamika Bio Farma yang memiliki masa depan yang cemerlang.

3. Warna dominan hijau.

   Warna dominan hijau ini secara psikologis menyiratkan suatu nilai higienitas dan kesehatan.

4. Warna jingga dan kuning

   Warna jingga dan kuning secara terpadu menyiratkan semangat progresif dan keberanian untuk berinovasi agar selalu menjadi yang terdepan.

1.4 Sejarah Bagian *Public Relations*

Pada tahun 2003, PR (*Public Relations*) PT Bio Farma (Persero) masih bergabung dengan bagian umum yang dikepalai oleh Dr. Elvyn Fazrul.

Sejak tahun 2005, Bagian PR (*Public Relations*) PT Bio Farma (Persero) terpisah dari bagian umum. Hal ini dikarenakan bahwa sebuah perusahaan memerlukan satu gerbang, dimana perusahaan tidak hanya berinteraksi dengan pihak dalam perusahaan, tetapi juga dengan pihak luar perusahaan. Oleh karena itu, PR (*Public Relations*) menjadi sebuah gerbang dalam mengatasi hal ini. Begitu pula dengan PT Bio Farma (Persero) yang memerlukan Bagian *Public Relations* untuk hal ini.

Pada tahun 2006, Bapak Tedi Herawan menjabat sebagai Kepala Bagian PR hingga sekarang. Disini, Bagian PR (*Public Relations*) PT Bio Farma (Persero) berada di bawah Divisi *Corporate Secretary* hingga saat ini.

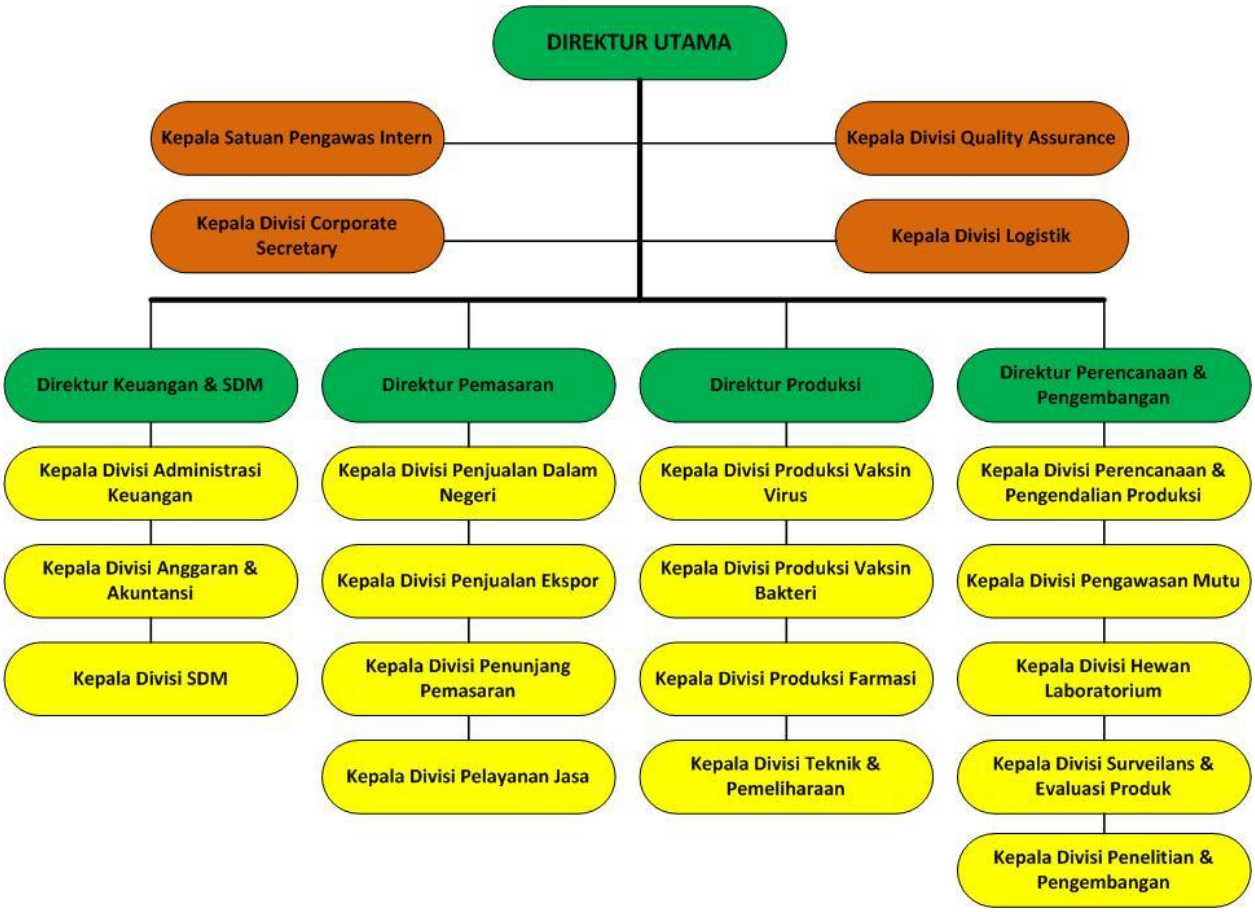
Pada tahun 2009, Bagian PR (*Public Relations*) PT Bio Farma (Persero) terbagi menjadi 3 bagian, yaitu : seksi internal, seksi eksternal, dan seksi perpustakaan. Bagian PR (*Public Relations*) PT Bio Farma (Persero) sangat

diperlukan dalam membantu menginformasikan pada publik internal (dalam organisasi) dan publik eksternal (luar organisasi) dengan menyediakan informasi akurat dalam format yang mudah dimengerti sehingga ketidak-pedulian akan suatu organisasi, produk, atau tempat dapat diatasi melalui pengetahuan dan pengertian.

Struktur Perusahaan

Gambar 1.2

Bagan Struktur PT Bio Farma (Persero)

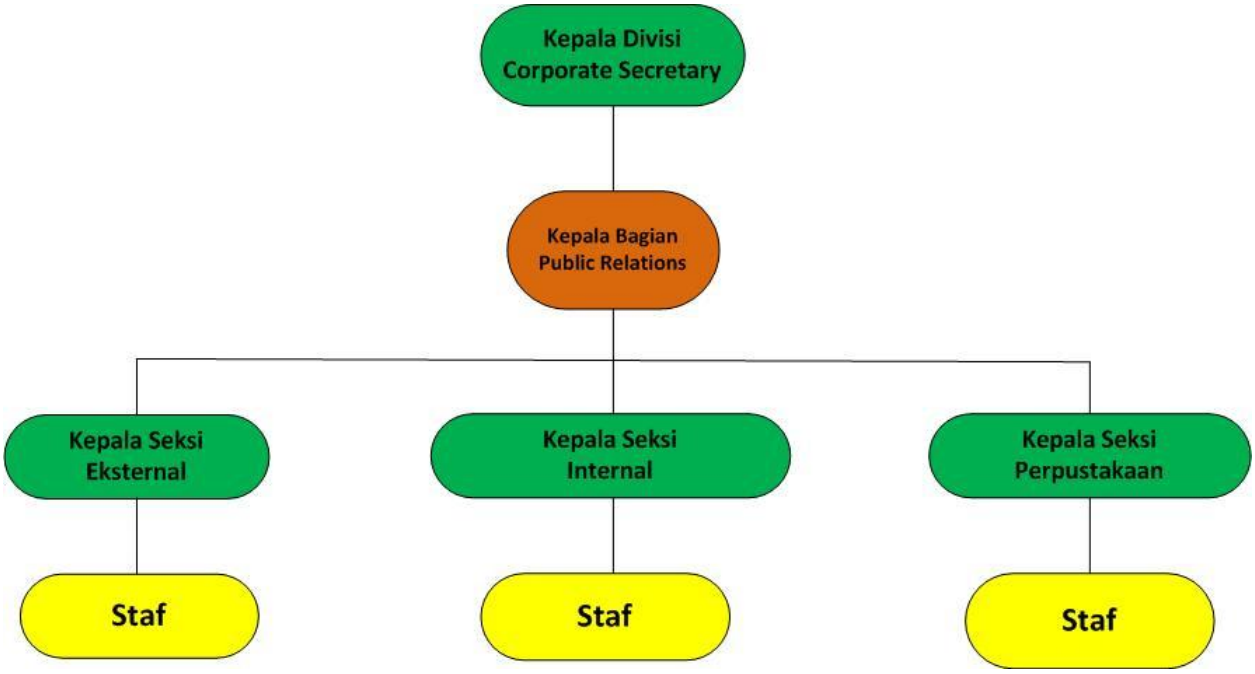


Sumber : Arsip Dokumen PT Bio Farma (Persero) Tahun 2009

1.5 Struktur Bagian *Public Relations*

Gambar 1.3

Bagan Struktur Bagian PR (*Public Relations*)



Sumber : Arsip Dokumen PT Bio Farma (Persero) Tahun 2009

1.6 *Job Description*

1.6.1 Kepala Bagian *Public Relations*

- **Tugas Utama**

1. Menciptakan dan memelihara suatu citra yang tepat atas perusahaan.
2. Memantau pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kesan, reputasi dan lain-lain.
3. Memberi masukan kepada manajemen mengenai masalah-masalah komunikasi.
4. Menyediakan berbagai informasi kepada publik internal dan eksternal perusahaan.

- **Rincian Tugas**

Tabel 1.1

Rincian Tugas Utama Kepala Bagian *Public Relations*

No.	Rincian Tugas Utama	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1.	Membuat rumusan citra perusahaan yang akan dibangun.	Terbentuknya *company image*.
	Mensosialisasikan citra tersebut baik internal maupun eksternal.	
	Pembinaan hubungan keluar dan kedalam.	
2.	Menyaring seluruh informasi yang masuk.	Informasi tersaring yang dapat digunakan untuk keperluan perbaikkan.
	Mengadakan kliping.	
	Terima keluhan-keluhan.	
3.	Menciptakan media-media komunikasi dan memelihara.	Adanya *follow up* masalah-masalah komunikasi.
	Mengurangi terjadinya	

	kesenjangan komunikasi, baik internal maupun eksternal.	
4.	Mengumpulkan informasi dari Bagian-bagian atau Divisi-divisi.	Informasi bagi khalayak lebih komprehensif.
5.	Memastikan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan yang berlaku di Bagian masing-masing.	Dilakukan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan di Bagian.
6.	Memastikan pelaksanakan K3 di Bagian masing-masing.	K3 dilaksanakan di Bagian.
7.	Memastikan pengendalian limbah di Bagian masing-masing.	Limbah dikendalikan di Bagian.
8.	Memastikan pengendalian penggunaan sumber daya alam seperti pemakaian kertas, listrik, air, solar dan bahan baku.	Penggunaan sumber daya alam seperti pemakaian kertas, listrik, air, solar dan bahan baku dikendalikan

9.	Membuat dan merevisi *job safety analisa*.	Hasil revisi *job safety analisa*.

Sumber : Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero)

Tahun 2009

1.6.2 Staf *Public Relations*

- **Tugas Utama**
  1. Membantu Kepala Bagian dalam menciptakan dan memelihara suatu citra yang tepat atas perusahaan.
  2. Membantu dalam memantau pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kesan, reputasi dan lain-lain.
  3. Memberi masukan kepada Kepala Bagian mengenai masalah-masalah komunikasi.
  4. Membantu menyediakan berbagai informasi kepada khalayak.
- **Rincian Tugas**

Tabel 1.2

Rincian Tugas Utama Staf *Public Relations*

No.	Rincian Tugas Utama	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1.	Membantu Kepala Bagian dalam membuat rumusan citra perusahaan yang akan	Terbentuknya *company image*.

	dibangun.	
	Membantu Kepala Bagian dalam mensosialisasikan citra perusahaan baik internal maupun eksternal.	
	Menjalin hubungan komunikasi baik internal maupun eksternal.	
2.	Mengumpulkan seluruh informasi yang masuk.	Informasi tersaring yang dapat digunakan untuk keperluan perbaikan.
	Memproses, *filling* dan distribusi kliping berita perusahaan.	
	Terima keluhan-keluhan.	
3.	Menciptakan media-media komunikasi dan memliharanya.	Adanya *follow up* masalah-masalah komunikasi.
	Mengurangi terjadinya kesenjangan komunikasi, baik internal maupun eksternal.	

4.	Mengumpulkan informasi dari Bagian-bagian/Divisi-divisi.	Informasi bagi khalayak lebih komprehensif.
5.	Memastikan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan yang berlaku di Bagian masing-masing.	Dilakukan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan di Bagian.
6.	Memastikan pelaksanaan K3 di Bagian masing-masing.	K3 dilaksanakan di Bagian.
7.	Memastikan pengendalian limbah di Bagian masing-masing.	Limbah dikendalikan di Bagian.
8.	Memastikan pengendalian penggunaan sumber daya alam seperti pemakaian kertas, listrik, air, solar dan bahan baku.	Penggunaan sumber daya alam seperti pemakaian kertas listrik, air solar dan bahan baku dikendalikan.
9.	Membuat dan merevisi *job safety analisa*.	Hasil revisi *job safety analisa*.

Sumber : Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero)

Tahun 2009

1.6.3 Staf *Public Relations Internal*

- **Tugas Utama**

1. Membantu Kepala Bagian dalam menciptakan dan memelihara suatu citra perusahaan Internal.
2. Membantu dalam memantau pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kesan dan lain-lain untuk publik internal.
3. Memberi masukan kepada Kepala Bagian mengenai masalah-masalah komunikasi.
4. Membantu Menyediakan berbagai informasi Internal.
5. Membuat Laporan kegiatan *Public Relation*, Triwulan, Semester dan Tahunan.

- **Rincian Tugas**

Tabel 1.3

Rincian Tugas Utama Staf *Public Relations Internal*

No.	Rincian Tugas Utama	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1.	Membantu Kepala Bagian dalam membuat rumusan citra perusahaan Internal.	Terbentuknya *company image*.
	Sosialisasi kepada public internal mengenai citra	

	perusahaan.	
	Membantu Kepala Bagian dalam mensosialisasikan citra perusahaan.	
	Menjalin hubungan komunikasi dengan publik internal.	
2.	Mengumpulkan seluruh informasi yang masuk.	Informasi tersaring yang dapat digunakan untuk keperluan perbaikkan, Pelayanan berita melalui internet, *News letter* dan pengumuman.
	Memproses, *filling* dan distribusi kliping berita perusahaan.	
	Terima keluhan-keluhan.	
3.	Menciptakan media-media komunikasi dan memeliharanya.	Adanya *follow up* masalah-masalah komunikasi.
	Mengurangi terjadinya kesenjangan komunikasi internal.	

4.	Mengumpulkan informasi dari Bagian-bagian atau Divisi-divisi.	Informasi bagi khalayak lebih komprehensif.
5.	Memastikan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan yang berlaku di Bagian masing-masing.	Dilakukan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan di Bagian.
6.	Memastikan pelaksanakan K3 di Bagian masing-masing.	K3 dilaksanakan di Bagian.
7.	Memastikan pengendalian limbah di Bagian masing-masing.	Limbah dikendalikan di Bagian.
8.	Memastikan pengendalian penggunaan sumber daya alam seperti pemakaian kertas, listrik, air, solar dan bahan baku.	Penggunaan sumber daya alam seperti pemakaian kertas, listrik, air, solar dan bahan baku dikendalikan.

9.	Membuat dan merevisi job safety analisa.	Hasil revisi *job safety* analisa.

Sumber : Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero)

Tahun 2009

1.6.4 Staf *Public Relations Eksternal*

- **Tugas Utama**

1. Membantu Kepala Bagian dalam menciptakan dan memelihara suatu citra perusahaan yang akan dibangun ke luar (eksternal).
2. Membantu dalam memantau pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kesan dan lain-lain untuk publik eksternal.
3. Memberi masukan kepada Kepala Bagian mengenai masalah-masalah komunikasi.
4. Membantu Menyediakan berbagai informasi Eksternal.
5. Membuat Laporan kegiatan *Public Relation*, Triwulan, Semester dan Tahunan.

- **Rincian Tugas**

Tabel 1.4

Rincian Tugas Utama Staf *Public Relations Eksternal*

No.	Rincian Tugas Utama	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1.	Membantu Kepala Bagian dalam membuat rumusan citra perusahaan yang akan dibangun ke luar.	Terbentuknya *company image*.
	Sosialisasi kepada publik eksternal mengenai citra perusahaan.	
	Membantu Kepala Divisi dalam mensosialisasikan citra perusahaan ke luar.	
	Menjalin hubungan komunikasi dengan publik eksternal.	
2.	Membantu membuat materi sosialisasi tentang perusahaan terkait produk jasa, kontribusi	Sosialisasi kepada masyarakat mengenai perusahaan melalui: *Roadshow*, Rubrik di Media

	perusahaan terhadap masyarakat.	cetak, Penerimaan Kunjungan Perusahaan dan *Factory Tour*.
	Membuat *Press Release*.	
	Membangun dan membina hubungan dengan media dan stake holder.	
3.	Menciptakan media-media komunikasi dan memliharanya.	Terjadinya hubungan yang baik dengan *stakeholder* maupun dengan media.
	Mengurangi terjadinya kesenjangan komunikasi eksternal.	
4.	Mengumpulkan informasi dari Bagian-bagian atau Divisi-divisi.	Informasi bagi khalayak lebih komprehensif.
5.	Memastikan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan yang berlaku di Bagian masing-	Dilakukan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan di Bagian.

	masing.	
6.	Memastikan pelaksanakan K3 di Bagian masing-masing.	K3 dilaksanakan di Bagian.
7.	Memastikan pengendalian limbah di Bagian masing-masing.	Limbah dikendalikan di Bagian.
8.	Memastikan pengendalian penggunaan sumber daya alam seperti pemakaian kertas, listrik, air, solar dan bahan baku.	Penggunaan sumber daya alam seperti pemakaian kertas, listrik, air, solar dan bahan baku dikendalikan.
9.	Membuat dan merevisi *job safety analisa.*	Hasil revisi *job safety analisa*.

Sumber : Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero)

Tahun 2009

1.6.5 Pelaksana Perpustakaan

- **Tugas Utama**

1. Mengklasifikasi buku, journal dan majalah baru.
2. Memberi subjek dan label untuk buku-buku yang telah diklasifikasi.
3. Menginput buku-buku yang sudah siap ke database.

4. Melayani peminjaman dan pengembalian buku atau journal /atau majalah bagi pengunjung.
5. Memberi informasi ke bagian mengenal buku-buku baru.

- **Rincian Tugas**

Tabel 1.5

Rincian Tugas Utama Pelaksana Perpustakaan

No.	Rincian Tugas Utama	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1.	Buku-buku yang baru diklasifikasikan sesuai dengan kebutuhan agar memudahkan dalam pencarian jika ada yang membutuhkan.	Daftar rekapitulasi buku-buka baru berdasarkan klasifikasi.
2.	Pemberian label dan subjek merupakan bagian dari pemeliharaan buku.	Subjek dan label dalam buku membantu memudahkan dalam pencarian.
3.	Buku yang sudah siap di input ke database berdasarkan klasifikasi subjek.	Daftar catalog buku di database merupakan informasi bagi pengunjung.
4.	Peminjaman dan	Buku yang keluar tercatat dan

	pengembalian buku atau majalah harus tercatat di database.	peminjam buku terdaftar di database.
5.	Pemberian informasi tentang buku yang ada diperpustakaan sangat dibutuhkan oleh bagian.	Informasi mengenai buku baru sangat diperlukan oleh bagian.
6.	Mengimplementasikan persyaratan perundang-undangan dan perizinan yang berlaku.	Dilakukan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan.
7.	Mengimplementasikan pelaksanaan K3.	K3 diimplementasikan.
8.	Mengmplementasikan pengendalian limbah.	Pengendalian limbah diimplementasikan.
9.	Melaksanakan penghematan sumber daya alam seperti pemakaian kertas, listrik, air, solar dan bahan baku.	Sumber daya alam seperti pemakaian kertas listrik, air, solar dan bahan baku dihemat.

Sumber : Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero)

Tahun 2009

1.7 Sarana dan Prasarana

Penulis didukung oleh sarana dan prasarana yang dimiliki Bagian *Public Relations*, dimana penulis menggunakannya dalam menunjang pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan.

Gambar 1.6

Sarana dan Prasarana

No	Iventaris	Jumlah	Keterangan
1	Lemari besi	3	Baik
2	Komputer	4	Baik
3	Meja kerja	10	Baik
4	Kursi kerja	9	Baik
5	Lemari Kaca	1	Baik
6	Sofa	2	Baik
7	Meja sofa	1	Baik
8	*AC*	3	Baik
9	Dispenser	2	Baik
10	*TV*	1	Baik
11	*Handycam*	1	Baik

12	Kamera	1	Baik
13	Infokus	1	Baik
14	*Printer*	4	Baik
15	*White board*	2	Baik
16	Telephone	3	Baik
17	Excel	1	Baik
18	Lemari Es	1	Baik
19	Alat Fax	1	Baik

Sumber : Catatan Penulis Tahun 2010

1.8 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

1.8.1 Lokasi Pelaksanaan PKL

Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan di Bagian *Public Relations* PT Bio Farma (Persero).

Alamat : Jl. Pasteur No. 28 Bandung – 40161, Indonesia.

Telepon : +62 – 22 – 2033755

Faximile : +62 – 22 – 2041306

Email : mail@biofarma.co.id

Website : www.biofarma.co.id

1.8.2 Waktu Pelaksanaan PKL

Praktek Kerja Lapangan dilaksanakan terhitung dari tanggal 23 Juni 2010 sampai dengan 10 Agustus 2010, dengan waktu kerja, hari Senin sampai dengan hari Jumat mulai pukul 07.00 sampai dengan pukul 16.00 WIB.