BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Dan Perkembangan PT. Bio Farma (Persero)

Indonesia merupakan negara yang berkembang dalam segala bidang, salah satunya dari segi kesehatan baik untuk warga Indonesia sendiri maupun bagi seluruh masyarakat dunia. Dalam upaya pengembangan tersebut Indonesia tidak berhenti dalam proses pengembangan obat-obatan, vaksin dan lainnya. Jawa Barat dan lebih tepatnya Kota Bandung merupakan Kota dimana ikut serta mengembangkan centra produk kesehatan bagi manusia.

Zaman seperti ini telah membawa manusia untuk berpikir praktis dan modern dalam menghadapi hal apapun termasuk permasalahan kesehatan, sehingga dituntut adanya usaha pengembangan dalam segi pengobatan. Pengobatan tersebut bisa berupa pencegahan awal atau proses penyembuhan atau pengobatan, yaitu dengan menemukan cara pengobatan yang mempermudah manusia dalam mencegah suatu penyakit.

Salah satunya Perusahaan yang bergerak dibidang kesehatan yaitu Bio Farma yang beberapa puluh tahun lalu telah menetapkan untuk ikut serta dalam pencegahan penyakit menular khususnya di Indonesia dan umumnya di Dunia. Perusahaan yang memproduksi vaksin, serum dan antisera sebagai imunnisasi untuk pencegahan dari berbagai penyakit mematikan bagi manusia. Bio Farma menyediakan kebutuhan berbagai jenis vaksin dan serum untuk pemerintah melalui Kementerian Kesehatan.

Awal sejarah Bio Farma berdiri yaitu, sejak tanggal dikeluarkannya Surat Keputusan Pemerintahan Hindia Belanda, 6 Agustus 1890 tentang pendirian Parc Vaccinogene atau Landskoepok Inrichting di rumah sakit tentara Weltreveden-Batavia, yang merupakan tonggak sejarah awal berdirinya perusahaan vaksin dan sera di Indonesia. Dengan berjalannya waktu dan semakin meningkatnya kegiatan produksi, lembaga ini berubah menjadi Parc Vaccinogen Institut Pasteur.

Setelah tahun 1923 menempati gedung di jalan Pasteur, nomor 28 Bandung, lembaga ini kembali mengubah namanya menjadi landskoepok Inrichting en Institut Pasteur dan tahun 1924-1942 dipimpin oleh L. Otten. Pada saat Jepang berkuasa, nama lembaga diubah menjadi Bandung Boeki Kenkyushoo yang kembali dipimpin oleh R.M. Sardjito (1945-1946) dan beliau merupakan orang Indonesia yang pertama yang memimpin lembaga ini. Kegiatan lembaga ini berpindah ke Klaten, selama Bandung diduduki Belanda, sehingga Bandung Boeki Kenkyushoo kembali berganti nama menjadi Landskoepok Inrichting en Institut 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 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.

Pada tahun 1992 tepatnya bulan Mei dalam *World Health Assembly*, WHO menghimbau seluruh Negara anggotanya agar hanya menggunakan vaksin

yang memenuhi persyaratan WHO dalam program imuniasi. Maka pada saat itu Bio Farma dipantau oleh *National Control Authority* (NCA) yang mana Bio Farma adalah salah satu dari 23 produsen vaksin dunia yang diakui WHO atau di Indonesia dikenal sebagai Badan POM (BPOM) RI.

Seiring dengan perkembangan dan strategi bisnis, Bio Farma berusaha untuk lebih mandiri, dibawah kepemimpinan Dorojdatun sebagai Direktur Bio Farma periode 1988-1997 Bio Farma mendapat dispensasi untuk menumpuk laba sebelum berganti status. Setelah hampir dua puluh tahun, tepat di hari Senin 3 Februari 1997, yang sebelumnya berstatus sebagai perum, melalui 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.

PT. Bio Farma (Persero) sebagai satu-satunya produsen vaksin untuk manusia di Indonesia, 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) menjalankan roda organisasinya diatas lahan seluas 91.058 m^2 bertempat di JL. Pasteur No. 28 Bandung, untuk fasilitas produksi, penelitian dan pengembangan, pemasaran dan administrasi, dan seluas 282.441 m^2 yang berlokasi di cisarua, lembang kabupaten Bandung Barat untuk pengembangbiakkan dan pemeliharaan hewan laboratorium. Dan untuk

mendukung kelancaran operasional, perusahaan juga memiliki Kantor Pewakilan yang bertempat di Gedung Arthaloka Lt. 3 Jl. Jend. Sudirman No. 2 Jakarta.

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.

Selain itu produk yang dihasilkan PT. Bio Farma (Persero) merupakan wujud nyata dan tanggung jawab bagi kemanusiaan global dengan didukung sumber daya manusia yang handal dan berkomitmen tinggi, maka setiap produk atau jasa yang dihasilkan adalah dedikasi PT. Bio Farma (Persero) untuk kesehatan dunia.

Sifat usaha PT Bio Farma (Persero) adalah melayani kebutuhan pasar domestik dan global yaitu:

1. Pasar pemerintah untuk memenuhi kebutuhan vaksin EPI (*Expanded Program on Immunization*) untuk Program Imunisasi Nasionalisasi
2. Pasar swasta nasional
3. Pasar internasional, terutama UNICEF untuk produk-produk yang telah memperoleh sertifikasi WHO.

1.2 Visi dan Misi PT. Bio Farma (Persero)

Visi

Menjadi produsen vaksin dan antisera yang berdaya saing global.

Misi

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

1.3 Logo PT. Bio Farma (Persero)

Gambar 1.1

Logo PT. Bio Farma (Persero)



Sumber : Data File Public Relations

Bio Farma adalah sebuah perusahaan kelas dunia yang adaptif dalam mengantisipasi trend bisnis dan teknologi di bidang vaksin dan serum.

Logo merupakan adaptasi bentuk pencitraaan dari *"Crystal Protein"* dan *"Glicoprotein"* yang merefleksikan bahwa Bio Farma adalah sebuah perusahaan di bidang vaksin dan serum.

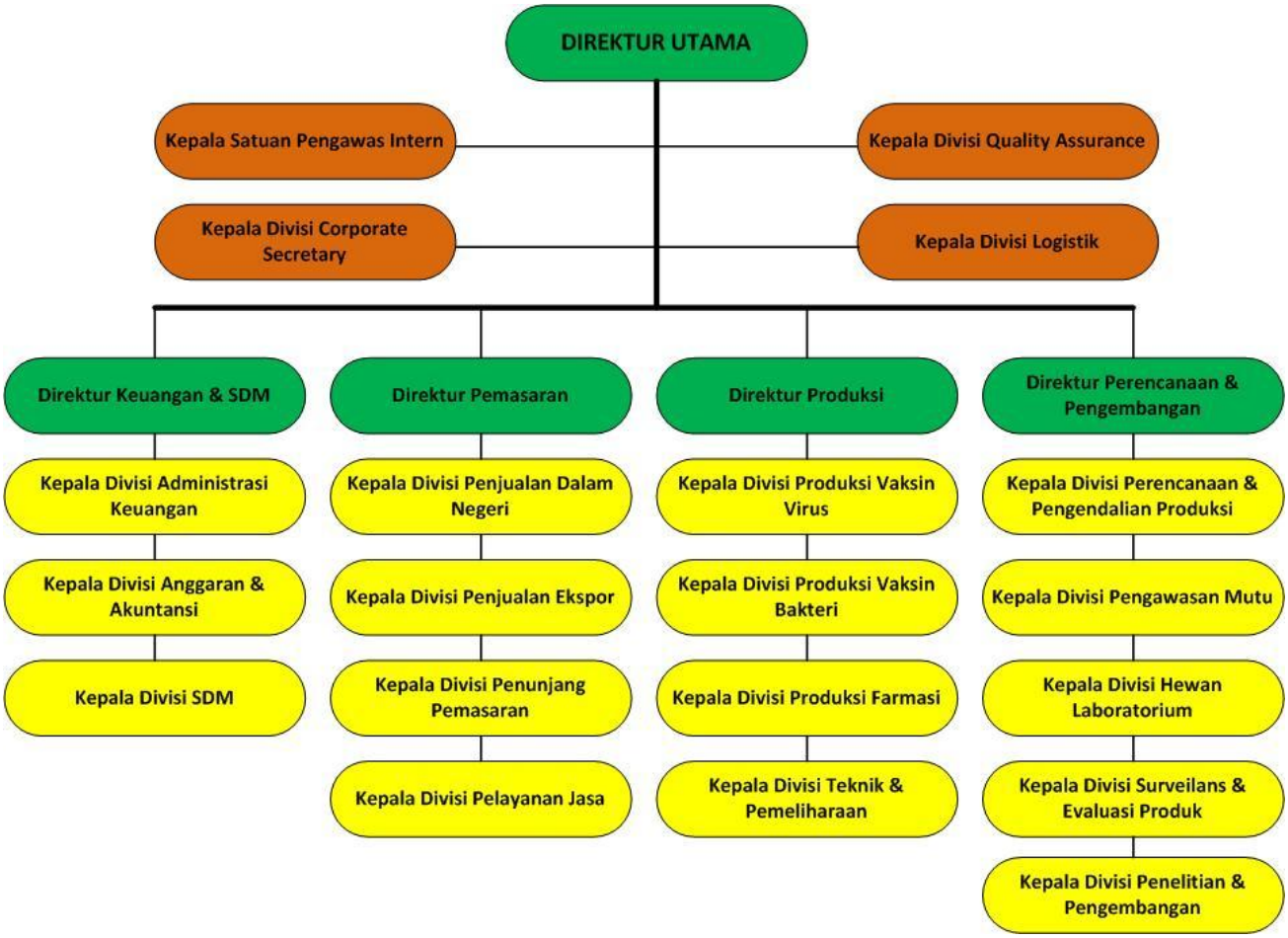
Mencitrakan ilusi pendar bintang (*sparkling*). Dalam hal ini pendar bintang yang dimaknai sebagai semangat dan dinamika Bio Farma yang memiliki masa depan yang cemerlang.

Warna dominan HIJAU secara psikologis menyiratkan suatu nilai *higienitas* dan kesehatan. JINGGA dan KUNING secara terpadu menyiratkan semangat *progresif* dan keberanian untuk berinovasi agar selalu menjadi yang terdepan.

1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 1.2

Struktur Organisasi Perusahaan

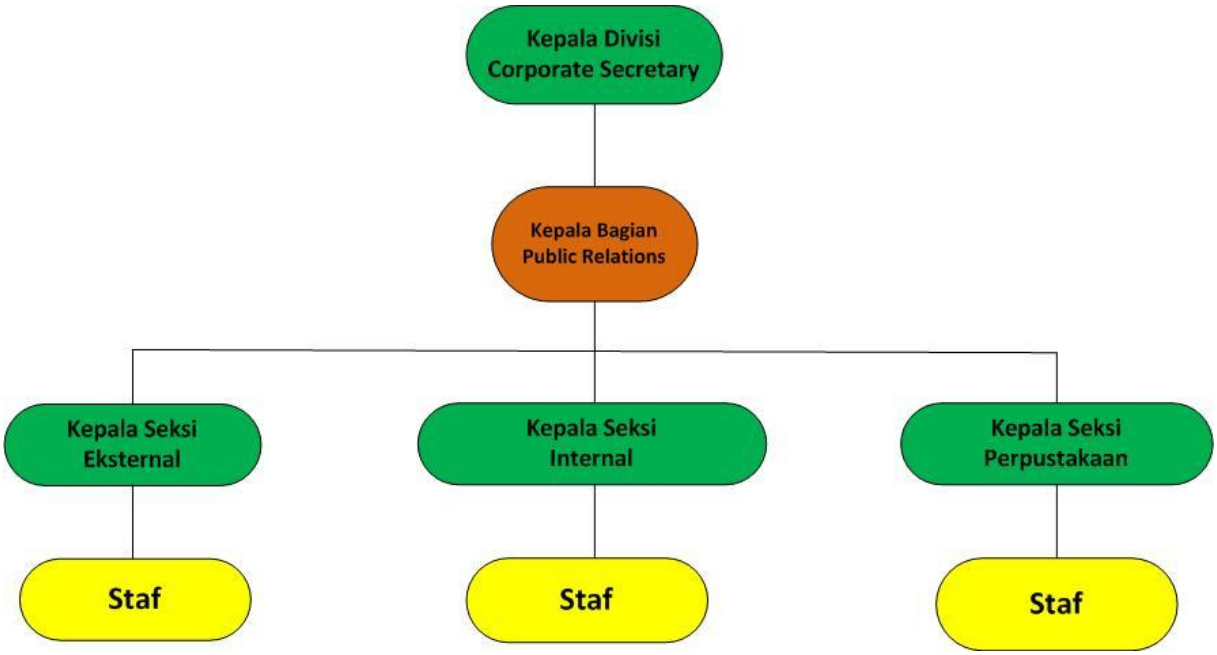


Sumber : Data File Public Relations

1.5 Struktur Organisasi Bagian *Public Relations*

Gambar 1.3

Struktur Organisasi Bagian *Public Relations*



Sumber : Data File Public Relations

1.6 Job Deskription Bagian *Public Relations*

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.

Tabel 1.1

Tabel Rincian Tugas Utama Kepala Bagian *Public Relations*

No	Rincian Tugas Utama/Pokok	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 / 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 Public Relations, 2010

1.6.2 Staff Bagian *Public Relations*

- Tugas Utama/Pokok

  1. Membantu Kepala Bagian dalam menciptakan dan memelihara suatu citra yang tepat atas perusahaan

2. Membantu dalam memantau pendapat umu mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kesan, reputasi dan lain-lain
3. Member masukan kepada Kepala Bagian mengenai masalah-masalah komunikasi
4. Membantu menyediakan berbagai informasi kepada khalayak.

Tabel 1.2

Tabel Rincian Tugas Utama Staff Bagian *Public Relations*

No	Rincian Tugas Utama	Output Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1	- Membantu Kepala Bagian dalam membuat rumusan citra perusahaan yang akan dibangun	Terbentuknya *company image*
	- 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
	- memproses, filling dan distribusi kliping berita perusahaan	

	- terima keluhan-keluhan	perbaikan
3	- Menciptakan media-media komunikasi dan memliharanya - Mengurangi terjadinya kesenjangan komunikasi, baik internal maupun eksternal	Adanya *follow up* masalah-masalah komunikasi
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 Public Relations, 2010

1.6.3 Staff *Public Relations* Internal

- Tugas Utama/Pokok
  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 Relations*, Triwulan, Semester dan Tahunan.

Tabel 1.3

Tabel Rincian Tugas Utama Staff Bagian *Public Relations Internal*

No	Rincian Tugas Utama/Pokok	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 public internal	
2	-Mengumpulkan seluruh informasi yang masuk	Informasi tersaring yang dapat digunakan untuk keperluan perbaikkan, Pelayanan berita melalui internet, *Newsletter* dan pengumuman
	-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 internal	
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 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 Public Relations, 2010

1.6.4 Staff *Public Relations* Eksternal

- Tugas Utama / Pokok

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 public eksternal

3. Memberi masukan kepada Kepala Bagian mengenai masalah-masalah komunikasi
4. Membantu Menyediakan berbagai informasi Eksternal
5. Membuat Laporan kegiatan *Public Relations*, Triwulan, Semester dan Tahunan.

Tabel 1.4

Tabel Rincian Tugas Utama Staff Bagian *Public Relations Eksternal*

No	Rincian Tugas Utama/Pokok	Output Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1	- Membantu Kepala Bagian dalam membuat rumusan citra perusahaan yang akn dibangun ke luar	Terbentuknya *company image*
	- Sosialisasi kepada publik eksternal mengenai citra perusahaan	
	- Membantu Kepala Bagian dalam mensosialisasikan citra perusahaan ke luar	
	- Menjalin hubungan komunikasi dengan public eksternal	
2	- Membantu membuat materi sosialisasi tentang perusahaan terkait produk jasa, kontribusi	Sosialisasi kepada masyarakat mengenai perusahaan melalui:

	perusahaan terhadap masyarakat	*Roadshow*, Rubrik di Media cetak, Penerimaan Kunjungan Perusahaan dan *Factory Tour*
	- Membuat *Press Release*	
	- Membangun dan membina hubungan dengan media dan *stakeholder*	
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 / 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	Penggunaan sumber daya alam seperti pemakaian kertas,

	seperti pemakaian kertas, listrik, air, solar dan bahan baku	listrik, air, solar dan bahan baku dikendalikan
9	- Membuat dan merevisi *job safety* analisa	Hasil revisi *job safety* analisa

Sumber: Arsip Public Relations, 2010

1.6.5 Pelaksana Perpustakaan

- Tugas Utama / Pokok

1. Mengklasifikasi buku, *journal* dan majalah baru
3. Memberi subjek dan label untuk buku-buku yang telah diklasifikasi
4. Menginput buku-buku yang sudah siap ke database
5. Melayani peminjaman dan pengembalian buku / journal / majalah bagi pengunjung
6. Memberi informasi ke bagian mengenal buku-buku baru.

Tabel 1.5

Tabel Rincian Tugas Utama Pelaksana Perpustakaan

No	Rincian Tugas Utama / Pokok	Output Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1	Buku-buku yang baru diklasifikasikan sesuai dengan kebutuhan agar memudahkan dalam pencarian jika	Daftar rekapitulasi buku-buka baru berdasarkan klasifikasi

	ada yang membutuhkan	
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 pengembalian buku / najalah harus tercatat di database	Buku yang keluar tercatat dan 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 Public Relations, 2010

1.6.6 Sarana dan Prasarana Bagian *Public Relations*

Tabel 1.6

Sarana dan Prasarana Bagian *Public Relations*

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*	1	Baik
16	Telepon	3	Baik
17	*Excel*	1	Baik
18	Lemari Es	1	Baik
19	Alat Fax	1	Baik

Sumber : Data File Public Relations

1.7 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan

1.7.1 Lokasi Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

Lokasi praktek kerja lapangan penulis bertempat di Bagian *Public Relation*s PT. Biofarma (Persero) Jl. Pasteur No. 28 Bandung – 40161, Indonesia. Telepone (022) 20337755, faximile (022) 2041306, *website* www.biofarma.co.id.

1.7.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

Waktu pelaksanaan PKL mulai dari 23 Juni 2010 – 10 Agustus 2010, dalam waktu 5 hari kerja yaitu hari Senin sampai hari Jum'at dimana setiap hari dan kerjanya dimulai dari pukul 07.00-16.00 WIB.