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 lebih dari 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 Inritching 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 Belanda menduduki Bandung sehingga *Bandung Boeki Kenkyushoo* kembali berganti nama menjadi *Landskoepok Inritching 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 Inritching 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 ahun 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. Area seluas 282.441 m^2 yang berlokasi di Cisarua, Lembang, Kabupaten Bandung Barat untuk perkembangbiakkan dan pemeliharaan laboratorium. Sedangkan untuk mendukung kelancaran operasional, perusahaan juga memiliki Kantor Perwakilan yang bertempat di Gedung Arthaloka Lantai 3 di Jalan Jenderal Sudirman No. 2, Jakarta.

1.2 Visi dan Misi PT Bio Farma (Persero)

Pada suatu instansi baik swasta maupun pemerintahan pastinya memiliki suatu visi dan misi yang akan mengarahkan suatu instansi tersebut agar tidak keluar dari jalur yang seharusnya. Berikut visi dan misi dari PT Bio Farma (Persero):

1.2.1 Visi PT Bio Farma (Persero)

Visi PT Bio Farma (Persero) yakni menjadi produsen vaksin dan antisera yang berdaya saing global.

1.2.2 Misi PT Bio Farma (Persero)

Adapun misi dari PT Bio Farma (Persero) diantaranya sebagai berikut:

1. Memproduksi, memasarkan dan mendistribusikan 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 Perusahaan

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 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), 2011

1.3.2 Arti Logo Perusahaan

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 pencitaraan 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 progesif dan keberanian untuk berinovasi agar selalu menjadi yang terdepan.

1.4 Sejarah Bagian *Public Relations* PT Bio Farma (Persero)

Pada tahun 2000, bagian *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) masih bergabung dengan bagian umum yang dikepalai oleh Basuki Hardjo.

Sejak tahun 2005, seksi *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terpisah dari bagian umum dan merubah namanya menjadi bagian *Public Relations* yang dipimpin oleh dr. Elvyn Fajrul Jaya Saputra. Pada tahun 2005 inilah bagian *Public Relations* berada di bawah Divisi *Corpotate Secretary* hingga sekarang. Perubahan ini dikarenakan sebuah perusahaan memerlukan satu "gerbang" dimana perusahaan tidak hanya berinteraksi dengan pihak dalam perusahaan tetapi juga dengan pihak luar perusahaan. Oleh karena itu, *Public Relations* menjadi sebuah "gerbang" dalam mengatasi hal ini. Seperti halnya PT Bio Farma (Persero).

Pada tahun 2009, bagian *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terbagi menjadi 3 bagian, yaitu : seksi hubungan internal, seksi hubungan eksternal, dan seksi *news and information*. Bagian *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 ketidakpedulian

akan suatu organisasi, produk, atau tempat dapat diatasi melalui pengetahuan dan pengertian.

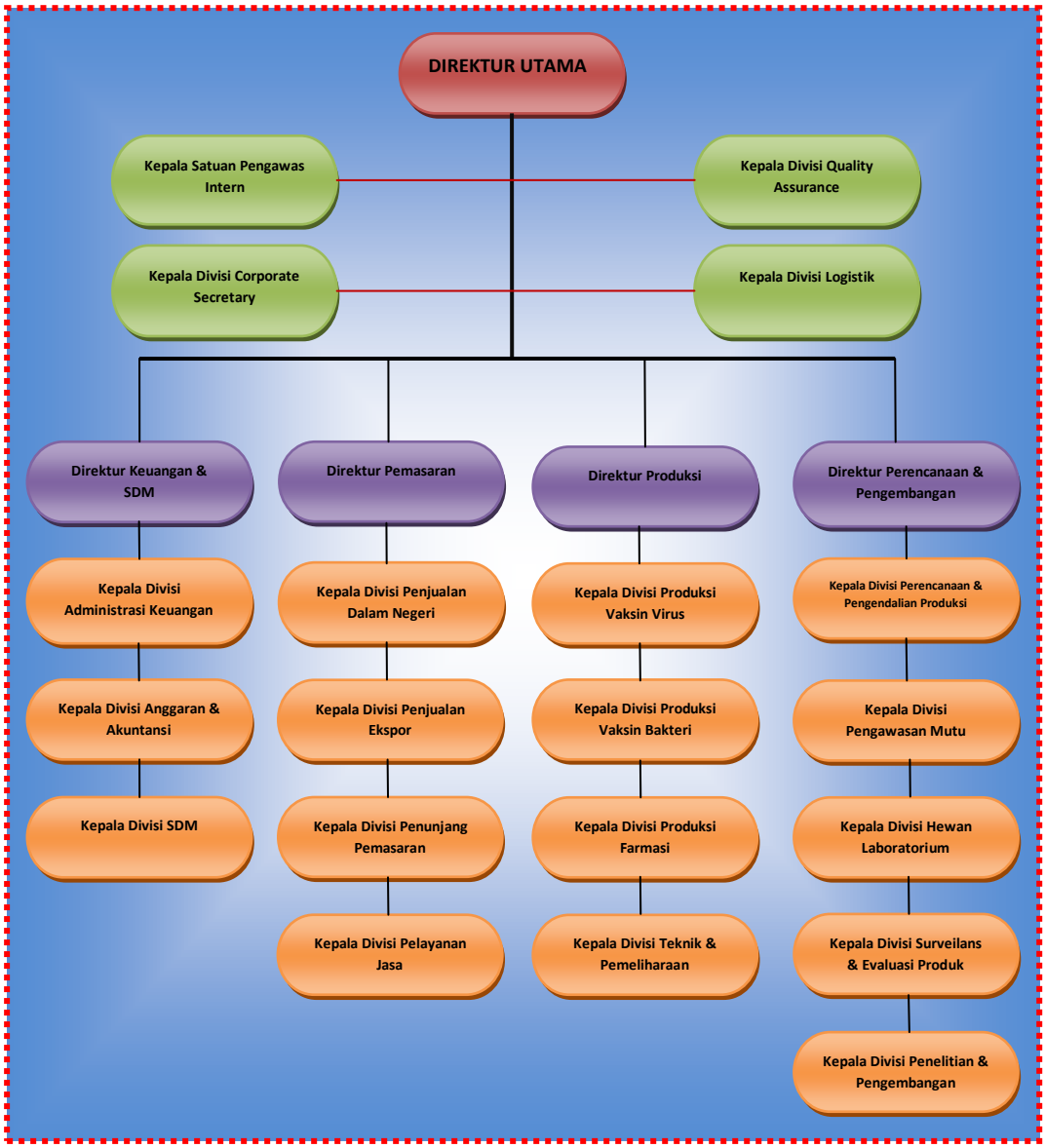
Tahun 2011, jabatan Kepala Bagian *Public Relations* digantikan oleh N. Nurlaela. Disinilah mulai muncul program baru yakni pembuatan *social* media untuk PT Bio Farma (Persero) seperti *facebook, twitter,* dan blog. Dilanjutkan dengan program lama yang telah diperbaharui diantaranya kegiatan *Coffee Morning*. Kreatifitas para staf Bagian *Public Relations* sangat diperlukan untuk membuat program atau kegiatan yang selalu mengikuti perkembangan teknologi serta informasi dan tentunya bertujuan untuk menciptakan citra dan membina hubungan yang baik dengan publik perusahaan secara internal maupun eksternal.

1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Bio Farma (Persero) memiliki struktur organisasi perusahaan yang terdiri dari beberapa bagian. Adapun struktur dari PT Bio Farma (Persero) dapat dilihat pada Gambar 1.2 berikut ini :

Gambar 1.2

Bagan Struktur Organisasi PT Bio Farma (Persero)



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

Pada bagan 1.2 dapat dilihat struktur organisasi PT Bio Farma (Persero) dimana dipimpin oleh seorang Direktur Utama, yang dibantu oleh Kepala Satuan Pengawas Intern, Kepala Divisi *Quality Assurance*, Kepala Divisi *Corporate Secretary*, dan Kepala Divisi Logistik. Direktur utama

membawahi Direktur Keuangan dan SDM, Direktur Pemasaran, Direktur Produksi, dan Direktur Perencanaan dan Pengembangan.

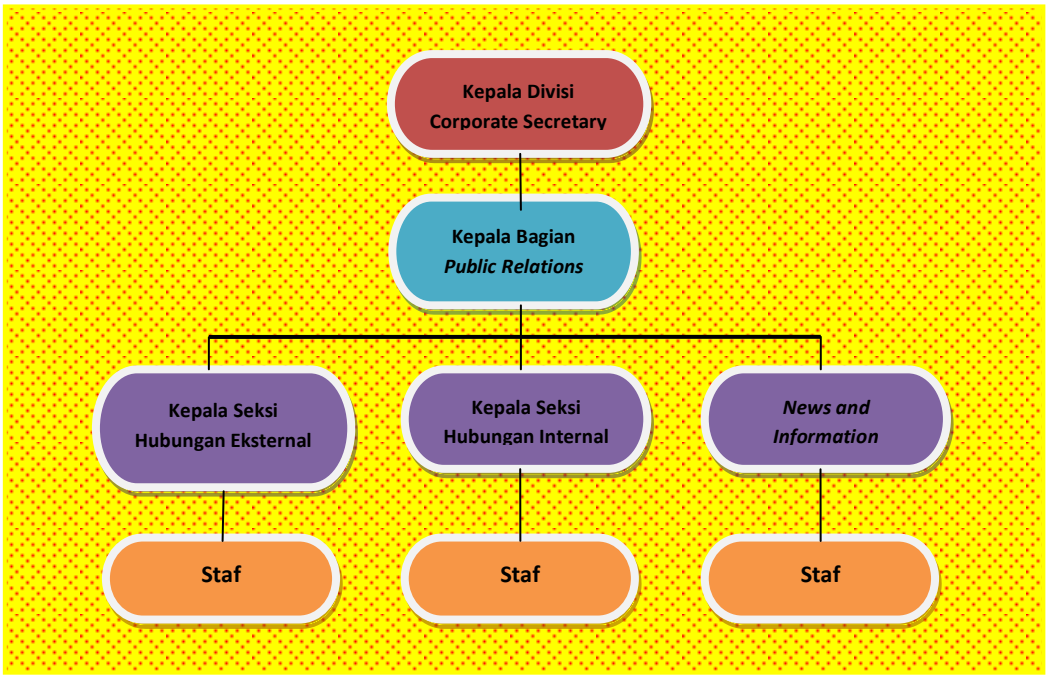
Direktur Keuangan membawahi Kepala Divisi Administrasi Keuangan, Kepala Divisi Anggaran dan Akutansi, serta Kepala Divisi SDM (Sumber Daya Manusia). Direktur Pemasaran membawahi Kepala Divisi Penjualan Impor, Kepala Divisi Penjualan Ekspor, Kepala Divisi Penunjang Pemasaran, dan Kepala Divisi Pelayanan Jasa. Direktur Produksi membawahi Kepala Divisi Produksi Vaksin Virus, Kepala Divisi Produksi Vaksin Bakteri. Kepala Divisi Produksi Farmasi, dan Kepala Divisi Teknik dan Pemeliharaan. Sedangkan Direktur Perencanaan dan Pengembangan membawahi Kepala Divisi Perencanaan dan Pengendalian Produksi, Kepala Divisi Pengawasan Mutu, Kepala Divisi Hewan Laboratorium, Kepala Divisi *Survellans* dan Evaluasi Produk, dan Kepala Divisi Penelitian dan Pengembangan.

1.6 Strutur Organisasi Bagian *Public Relations* PT Bio Farma (Persero)

Karena bagian *Public Relations* di PT Bio Farma (Persero) sudah *state of being*, maka bagian *Public Relations* ini memiliki struktur organisasi sendiri yakni sebagai berikut :

Gambar 1.3

Bagan Struktur Organisasi Bagian *Public Relations*



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

Berdasarkan bagan 1.3 di atas, dapat diketahui bahwa struktur organisasi bagian *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) dibawahi oleh Kepala Divisi *Corporate Secretary*. Bagian *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) sendiri dipimpin oleh seorang Kepala Bagian yang membawahi Kepala Seksi Hubungan Eksternal, Kepala Seksi Hubungan Internal, dan Seksi *News and Information* yang masing-masing dibantu oleh para staf dalam menjalankan tugasnya.

1.7 *Job Description*

1.7.1 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 ke luar dan ke dalam	
2.	Menyaring seluruh informasi yang masuk	Informasi tersaring yang dapat digunakan untuk keperluan perbaikkan.
	Mengadakan kliping	

No	Rincian Tugas Utama	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
3.	Menciptakan media-media komunikasi dan memelihara Mengurangi terjadinya kesenjangan komunikasi, baik internal maupun eksternal	Adanya *follow up* masalah-masalah komunikasi
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

Sumber : Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero), 2011

1.7.2 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 masukkan 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	*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 perbaikan.
	Memproses, *filling* dan distribusi kliping berita perusahaan.	
3.	Menciptakan media-media kesenjangan komunikasi, baik internal maupun eksternal.	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.

Sumber : Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero), 2011

1.7.3 Staf Seksi Hubungan 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 Relations* selama triwulan, semester dan tahunan.

- **Rincian Tugas**

Tabel 1.3

Rincian Tugas Utama Staf Seksi Hubungan Internal

No	Rincian Tugas	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1.	Membantu Kepala Bagian dalam membuat rumusan citra perusahaan yang akan dibangun.	Terbentuknya *company image.*
	Sosialisasi kepada publik internal mengenai citra perusahaan	
	Membantu Kepala Bagian dalam mensosialisasikan citra perusahaan.	
	Menjalin hubungan komunikasi dengan publik internal.	

No	Rincian Tugas	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
2.	Mengumpulkan seluruh informasi yang masuk. Memproses, *filling* dan distribusi kliping berita perusahaan.	Informasi tersaring yang dapat digunakan untuk keperluan perbaikan, pelayanan berita melalui internet, *News letter* dan pengumuman.
3.	Menciptakan media-media komunikasi dan memeliharanya. Mengurangi terjadinya kesenjangan komunikasi internal.	Adanya *follow up* masalah-masalah komunikasi
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.

Sumber : Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero), 2011

1.7.4 Staf Seksi Hubungan 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 Relations* selama triwulan, semester dan tahunan.

- **Rincian Tugas**

Tabel 1.4
Rincian Tugas Utama Staf Seksi Hubungan Eksternal

No	Rincian Tugas	*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 Bagian dalam mensosialisasikan citra perusahaan ke luar.	
	Menjalin hubungan komunikasi dengan publik eksternal.	
2.	Membantu membuat materi sosialisasi tentang perusahaan terkait produk jasa dan kontribusi perusahaan terhadap masyarakat.	Sosialisasi kepada masyarakat mengenai perusahaan melalui *Roadshow,* rubrik di media cetak, penerimaan kunjungan perusahaan dan *Factory Tour.*
	Membuat *Press Release*.	
	Membangun dan membina hubungan dengan media dan *stakeholder*.	

No	Rincian Tugas	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
3.	Menciptakan media-media komunikasidan memeliharanya.	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-masing.	Dilakukan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan di Bagian.

Sumber : Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero), 2011

1.7.5 Pelaksanaan Seksi *News and Information*

- **Tugas Utama**

1. Mengklasifikasikan buku, jurnal 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, jurnal atau majalah bagi pengunjung.
5. Memberi informasi ke bagian mengenal buku-buku baru.

- **Rincian Tugas**

Tabel 1.5

Rincian Tugas Utama Pelaksanaan *News and Information*

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-buku 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 diinput ke database berdasarkan klasifikasi subjek.	Daftar katalog buku di database merupakan informasi bagi pengunjung.
4.	Peminjaman dan pengembalian buku atau majalah harus tercatat di database.	Buku yang keluar tercatatdan peminjam buku terdaftar di database.
5.	Pemberian informasi tentang buku yang ada di perpustakaan 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.

Sumber : Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero), 2011

1.8 Sarana dan Prasarana

Penulis didukung oleh sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan dan juga yang ada di bagian *Public Relations*, dimana penulis menggunakannya untuk menunjang pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan.

Tabel 1.6

Sarana di PT Bio Farma (Persero)

No	Sarana	Jumlah	Keterangan
1.	Lapangan Upacara	1	Baik
2.	Ruang Tunggu Tamu	2	Baik
3.	Lapangan Tenis	1	Baik
4.	Masjid	1	Baik
5.	Koperasi	1	Baik
6.	Gedung Administrasi	1	Baik
7.	Gedung Serba Guna	1	Baik
8.	Aula	1	Baik
9.	Tempat Parkit	2	Baik
10.	Pos Satpam	6	Baik
11.	Pos Penerimaan Surat	1	Baik
12.	Toilet	15	Baik
13.	Museum	1	Baik
14.	Smoking Area	3	Baik
15.	Perpustakaan	1	Baik
16.	Ruang Kepala Divisi *Public Relations*	1	Baik
17.	Ruang Kepala Seksi Eksternal Divisi *Public Relations*	1	Baik
18.	Ruang Kerja Staf Divisi *Public Relations*	1	Baik

Sumber: Catatan Penulis, 2011

Tabel 1.7

Prasarana di Bagian *Public Relations* PT Bio Farma (Persero)

No.	Inventaris	Jumlah	Keterangan
1.	Lemari besi	3	Baik
2.	Komputer	3	Baik
3.	Laptop	5	Baik
4.	Meja kerja	10	Baik
5.	Kursi kerja	9	Baik
6.	Lemari kaca	1	Baik
7.	Sofa	2	Baik
8.	Meja sofa	1	Baik
9.	AC	3	Baik
10.	Dispenser	2	Baik
11.	TV	1	Baik
12.	Handycam	1	Baik
13.	Kamera	2	Baik
14.	Infokus	1	Baik
15.	Printer	1	Baik
16.	Scanner	1	Baik
17.	White board	3	Baik
18.	Telepon	3	Baik
19.	Lemari es	1	Baik
20.	Excel	1	Baik

Sumber : Catatan Penulis, 2011

1.9 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

1.9.1 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 atau +62-22-2033756

Faximile : +62-22-2041306

Email : mail@biofarma.co.id

Website : www.biofarma.co.id

Facebook : Info Imunisasi

Twitter : @infoimunisasi

Blog : bentengkesehatanumat@wordpress.com

1.9.2 Waktu Pelaksanaan PKL

Waktu pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan terhitung dari tanggal 1 Juli 2011 sampai dengan 26 Agustus 2011. Dengan waktu kerja dari hari Senin sampai dengan hari Jumat mulai pukul 07.00-16.00 WIB.