BAB I

PENDAHULUAN

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN
UNIKOM

1.1. Sejarah Telekomunikasi Indonesia

Pertumbuhan dan perkembangan pertelekomunikasian Indonesia pertama kali diperkenalkan pada tahun 1856. Sehingga sebenarnya usia pertelekomunikasian di Indonesia telah mencapai 140 tahun lebih. Namun pada masa Orde Baru-lah lahirnya pertelekomunikasian dengan atribut baru yakni PT. Telkom hingga sekarang.

Berikut sejarah singkat PT. Telkom Indonesia :

I. Tahun 1906 dengan nama *Post Telegraf en Telefoondients* atau *PTT Diens* (diambil alih oleh Pemerintah Hindia Belanda).

II. Tahun 1972 ditetapkan sebagai Perusahaan negara Pemerintah Hindia Belanda.

III. Tahun 1960, ditetapkannya Jawatan PTT untuk tetap menjadi Perusahaan Negara (berdasarkan Perpu No. 19).

IV. Tahun 1961 Perusahaan Jawatan PTT berubah menjadi Perusahaan negara (PN) Pos dan Telekomunikasi (berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 240)

V. Dalam perkembangan selanjutnya, PN Pos dan Telekomunikasi dibagi menjadi 2 (dua) Perusahaan Negara yang berdiri sendiri, yakni berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 1965 dibentuk PN. Pos dan Giro serta

dengan Peraturan Pemerintah No.30 Tahun 1965 didirikan PN. Telekomunikasi.

VI. Tahun 1974, bentuk perusahaan diubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi yang populer disebut PERUMTEL (berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 36, PERUMTEL dinyatakan sebagai perusahaan penyelenggara telekomunikasi untuk umum, baik hubungan perusahaan dalam negeri maupun luar negeri).

VII. Tahun 1980 PERUMTEL ditetapkan sebagai badan usaha penyelenggara telekomunikasi dalam negeri dan INDOSAT sebagai penyelenggara telekomunikasi jasa luar negeri (berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 53).

VIII. Tahun 1992, bentuk Perusahaan Umum (PERUM) dialihkan menjadi Perusahaan Perseroan (PERSERO).

IX. Tahun 1995, terjadi perubahan besar, meliputi :

- Restrukturisasi Internal
- Kerjasama Operasi (KSO)
- *Initial Public Offering* (IPO)

X. Sebagai hasil restrukturisasi, sejak 1 Juli 1995 organisasi TELKOM terdiri dari 7 (tujuh) Divisi Regional dan 1 (satu) Divisi Network, yang keduanya mengelola bidang usaha utama.

XI. Bidang usaha utama TELKOM adalah menyelenggarakan jasa telepon lokal dan jarak jauh dalam negeri.

Diawal Orde Baru, pemerintah melakukan penertiban, penyampuranaan, dan penyederhanaan dari setiap usaha milik negara. Bagi perusahaan yang

modalnya sebagian atau seluruhnya terdiri dari kekayaan negara yang dipisahkan maupun dari anggaran belanja negara yang berupa perusahaan negara, diarahkan kepada tiga bentuk pokok usaha negara, yaitu Perusahaan Jawatan disingkat Perjan, Perusahaan Umum disingkat Perum, dan Perusahaan Perseroan disingkat Persero.

Namun, perubahan status perusahaan negara menjadi perusahaan umum tidak otomatis merubah Perusahaan Negara (PN) Telekomunikasi menjadi Perusahaan Umum. Baru pada tahun 1974, PN. Telekomunikasi menjadi diubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi, disingkat Perumtel, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 1974. Badan usaha ini ditetapkan oleh pemerintah sebagai satu-satunya penyelenggara jasa telekomunikasi untuk umum.

Pada masa itu Direktur Utama Perumtel dijabat oleh Willy Moenandir, yang menduduki jabatan selama 15 tahun yaitu dari tahun 1973-1988. Pada masa kepemimpinan Willy Moenandir inilah dasar-dasar infrastruktur dan modernisasi jaringan telekomunikasi Indonesia diletakkan. Program utama Willy adalah memantapkan dasar-dasar "tulang punggung" (*back bone*) jaringan telekomunikasi Indonesia.

Selanjutnya untuk lebih meningkatkan pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum, pemerintah mengeluarkan PP No. 53 Tahun 1980 tentang perubahan atas PP No. 22 Tahun 1974, tentang telekomunikasi untuk umum, dan Perumtel ditetapkan sebagai badan usaha yang diberi wewenang untuk menyelenggarakan telekomunikasi dalam negeri saja, sedangkan PT. Indosat ditetapkan sebagai penyelenggara telekomunikasi unutk umum internasional.

Seiring dengan perkembangan dunia telekomunikasi Indonesia yang pesat, tentu dibutuhkan manajemen yang profesional. Untuk itu berdasarkan PP No. 25 Tahun 1991 Tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (Perum) Telekomunikasi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero), dengan nama Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Telekomunikasi Indonesia, disingkat PT. Telkom. Berkedudukan di Bandung sebagai perusahaan penyelenggara jasa telekomunikasi dalam negeri. Dengan dinyatakannya Perumtel dialihkan menjadi Persero, maka otomatis Perumtel dinyatakan bubar. Ketentuan segala hak dan kewajiban, kekayaan serta karyawan Perumtel yang ada pada saat pembubaran beralih semuanya kepada PT. Telkom.

Tiga program besar adalah restrukturisasi internal, kerjasama operasi (KSO) dan *initial public offering (IPO)*. Restrukturisasi internal telah dilakukan dengan mengubah wilayah usaha telekomunikasi menjadi 7 Divisi Regional, 1 Divisi Network, dan 7 Divisi Penunjang. Kemudian 7 Divisi Regional tersebut berhasi di-KSO-kan pada tahun 1996, dengan mitra KSO baik dari luar negeri maupun dari dalam negeri; yaitu Divisi Regional I, III, IV, VI, dan VII. Sedangkan IPO baik di pasar modal dalam negeri maupun luar negeri dilaksanakan pada tanggal 14 November 1997. Dengan dilakukannya IPO maka terjadi perubahan status perusahaan dari perusahaan milik negara menjadi perusahaan publik.

Berikut 7 Divisi Regional, 1 Divisi Network, dan 7 Divisi Penunjang beserta ruang lingkupnya. Divisi Regional Telkom, mewakili wilayah sebagai berikut :

- Divisi Regional I, Sumatera
- Divisi Regional II, Jakarta Raya meliputi Jabotabek (Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi) ditambah Serang, Karawang, dan Purwakarta
- Divisi Regional III, Jawa Barat minus Serang, Bogor, Karawang, dan Purwakarta
- Divisi Regional IV, Jwa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta
- Divisi Regional V, Jawa Timur
- Divisi Regional VI, seluruh Kalimantan
- Divisi Regional VII, Kawasan Timur Indonesia, yang terdiri dari seluruh Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku, dan Papua.

Divisi – Divisi Penunjang *(Support)* :

- Divisi *Network* : Divisi yang menyelenggarakan jasa telekomuniakasi jarak jauh dalam negeri melalui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional.
- Divisi Riset Teknologi Informasi (Risti) :Divisi yang melaksanakan Riset dan Pengembangan Telekomunikasi dan Informasi untuk kepentingan internal Telkom, baik riset pengembangan produk baru, standarisasi perangkat, *grand scenario technology* dan uji kaji laboratorium.
- Divisi *Atelir* : Divisi yang berberfungsi sebagai *Repair Centre* (Pusat Perbengkelan) bagi kepentingan Telkom.
- Divisi Properti : Divisi yang mengelola properti (tanah, gedung, dan sarana lainnya) milik Telkom yang tidak berkaitan dengan alat produksi.

- Divisi Pelatihan : Divisi yang menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi pegawai Telkom untuk menunjang terwujudnya sumber daya manusia yang berkualitas, profesional dan berintegritas.
- Divisi Sistem Informasi (*Sisfo*) : Divisi yang menyediakan sistem informasi, baik untuk kepentingan Telkom maupun pihak lain. Produk-produk layanan yang dihasilkan : *Software, management Information System, Customer Information System, Billing, Coorporate Database*, Interkoneksi Billing dan Proses Telepon Seluler.
- Divisi *Multimedia* : Divisi Telkom yang mengelola jasa multimedia dan *Network Provider* untuk melayani masyarakat, langganan, dan internal Telkom, *Internet Provider, Corporate Customer*. Divisi Ini bertanggung jawab untuk menyiapkan bisnis masa depan yang ditandai dengan adanya konvergensi telepon, televisi kabel (*Video Communications*) dan internet (*Computer Communications*).
- Divisi Pembangunan : Divisi yang melaksanakan pembangunan, konstruksi jaringan, konsultasi pembangunan, desain proyek, dan pengadaan untuk kepentingan Telkom.

Dalam rangka meningkatkan kemampuan kompetitif PT. Telkom tentu tidak dapat berdiri sendiri, karena itu PT. Telkom dengan beberapa mitra melakukan Perjanjian Kerja Sama (PKS). Pada tahap awal PT. Telkom melakukan PKS *Turnkey Project*. Proyek yang bertujuan untuk meningkatkan volume pembangunan, sehingga memerlukan konsolidasi para pengusaha karena terjadi volume kerja yang tinggi, disiplin ilmu, teknologi dan dana.

Selain itu, PT. Telkom juga meluncurkan satelit komunikasi dengan kapasitas 36 transponder buatan Locheed Martin. Satelit yang diberi nama TELKOM-1 ini menggantikan Satelit Palaa B2R yang habis masa operasinya pada tahun 1999. Dalam kaitan dengan pengembangan sumber daya manusia PT. Telkom menyertakan tenaga ahlinya dan teknisinya untuk ikut dalam proses desain dan pembuatannya. Satelit TELKOM-1 diluncurkan pada tahun 1998 dengan menggunakan roket *Ariane* dari Kouru Guyanna Perancis Amerika Selatan, dan menempati orbit geostasioner pada posisi 108 derajat Bujur Timur.

Sementara itu, berbagai prestasi telah berhasil diraih PT. Telkom diantaranya, PT. Telkom berhasil menjadi emiten terbaik, mendapat ISO 9000, dan mendapat penghargaan tertinggi pelestari mutu (1997). PT. Telkom juga berhasil melakukan pengurangan pegawai melalui Keputusan Direksi No. 57, Tentang Pensiun Dini. Dalam program pensiun dini ini sebanyak 5000 karyawan menarik diri tanpa ada gejolak sedikit pun.

Sebagai infrastruktur pendukung pembangunan nasional, kehadiran fasilitas telekomunikasi dapat dianggap sebagai suatu kemutlakan dan sama pentingnya dengan berbagai infrastruktur lain. Dalam hal ini, PT. Telkom sebagai badan usaha yang bergerak di bidang jasa telekomuinikasi memiliki peran yang sangat penting dan sekaligus sebagai tulang punggung sistem telekomunikasi Indonesia.

Dalam perkembangannya, setelah selama lebih dari 47 tahun PT. Telkom menikmati monopoli, pemerintah memandang perlu menerbitkan deregulasi telekomunikasi, yang berarti terjadi perubahan pada sistem bisnis PT. Telkom,

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN

sehingga PT. Telkom harus bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya. Deregulasi ini memunculkan sejumlah perusahaan swasta jasa telekomunikasi yang senantiasa berorientasi pada pasar. Adapun perusahaan-perusahaan swasta yang diberi izin pemerintah untuk beroperasi, sebagai akibat dari deregulasi, beberapa diantaranya adalah PT. Satelindo. Dengan alasan bahwa pengelolaan jasa satelit domestik yang semakin lama semakin besar akan lebih efisien bila dikelola perusahaan di luar PT. Telkom; dan PT. Ratelindo. Disinilah kinerja dan reputasi setiap perusahaan swasta dan juga PT. Telkom diuji oleh pasar. Hanya perusahaan yang mampu membaca kehendak pasar dan selalu ber-inovasi yang akan mampu berkembang dan maju.

Sekalipun demikian, dalam skala luas, seolah-olah PT. telkom sebagai "penanggung jawab" tunggal perkembangan telekomunikasi nasional. Walaupun demikian, sesungguhnya PT. Telkom harus mampu mewujudkan diri sebagai tulang punggung telekomunikasi nasional. Perwujudan ini melalui proses konsolidasi *intern* dan antisipasi terhadap segala perubahan dan perkembangan baik di dalam maupun di luar dirinya. Konsolidasi dan antisipasi ini bisa dideskripsikan melalui penataan fungsinya sebagai sebuah BUMN, pemanfaatan teknologi satelit, langkah *go public international* dan membentuk kerjasama operasi dalam teks "membantu" PT. Telkom mempercepat perkembangannya dan untuk kemajuan telekomunikasi nasional.

Sebagaimana lazimnya di berbagai negara, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) tidak mungkin atau sulit menghindari keterlibatannya agak jauh dalam mendukung kebijakan dan program pemerintah yang konsekuensi dan dampaknya

bisa mengurangi independensi dan otonomi sebagai BUMN. Tidak itu saja, BUMN juga dituntut untuk berfungsi mencari laba dari usahanya. Dua fungsi ini (agen pembangunan dan pencetak laba) secara implisit ada disetiap BUMN. Fungsi-fungsi ini memang tidak bisa dipahami secara dikotomis, dalam arti terpisah sama sekali. Namun fungsi-fungsi itu haruslah dipahami sebagai satu kesatuan yang melekat pada suatu badan usaha yang bersangkutan. Artinya jika perusahaan-perusahaan bersangkutan memperoleh dukungan dana dari *investor* yang ketat mengaudit perusahaan tersebut. Di pihak lain, ada kecenderungan bahwa semakin besar perusahaan semakin kuat komitmennya pada kegiatan non-profit. Misalnya muncul *sense* dari perusahaan bersangkutan dalam mendukung berbagai kegiatan sosial, membangun infrastruktur dan sebagainya.

Dalam bahasa lain dapat dikatakan bahwa perusahaan apapun jenisnya yang berada di bawah kontrol pemerintah secara implisit merupakan agen pembangunan. Demikian pula halnya dengan Telkom. Sebagai sebuah BUMN, Telkom dalam menjalankan kegiatannya tidak bisa melanggar garis-garis aturan yang telah ditetapkan pemerintah, melainkan Telkom harus mendukung segala kebijakan pemerintah di bidang telekomunikasi.

Ketika sebuah perusahaan dalam kondisi sehat dan merencanakan ekspansi, sementara dana yang ada terbatas, maka ia melakukan pengumpulan modal melalui penjualan saham. Begitu pula yang terjadi pada PT. Telkom. Ketika badan usaha ini harus membangun minimal 5 juta dan melakukan ekspansi, sementara dana pemerintah terbatas, maka diambillah serangkaian langkah penting untuk mendukung pemupukan modal. Dalam hal ini, langkah

penting awal adalah melakukan restrukturisasi dengan maksud untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan melalui perubahan status, organisasi, dan kepemilikan.

Dalam skala makro, *go public* Telkom sesungguhnya di maksudkan sebagai strategi peningkatan kerja. Sehingga diharapkan dapoat menghasilkan peningkatan profesionalisme manajemen, peningkatan transportasi, peningkatan kemampuan bersaing, memperbaiki struktur modal perusahaan, intervensi birokrasi diharapkan berkurang, dan peningkatan budaya perusahaan ke arah produktivitas dan efisiensi.

Realisasi dari strategi ini kenyataannya memerlukan waktu panjang. Sebagai sebuah perusahaan yang telah *go public*, secara tidak langusng akan muncul banyak kepentingan yang turut "mengarahkan" jalannya roda perusahaan ini. Dengan kata lain, banyak "tiang yang menopang" Telkom, sehingga eksistensinya semakin kokoh. Sebaliknya keadaan ini akan menciptakan "ketidakrelaan" masyarakat, bila Telkom tidak berkembang. Sebab, kini Telkom tidak saja sebagai tulang punggung dan "penanggung jawab" perkembangan telekomunikasi nasional yang memiliki nilai strategis, tetapi juga bahwa Telkom telah menjadi milik masyarakat luas. Inilah tampaknya buah dari langkah *go public* yang diambil Telkom.

Sampai dengan tahun 1995, tingkat kepadatan telepon di Indonesia hanya 1,4 per seratus penduduk. Angka ini tergolong masih rendah. Karena itu Telkom merencanakan untuk terus menambah kapasitas sentral lokal. Dalam kaitan itu, maka diperlukan partisipasi pihak swasta dalam membangun sarana

pertelekomunikasian, dan pembagian wilayah kerja agar lebih efisien. Hal ini akan bermanfaat bagi Telkom dalam alih kemampuan manajer*ial*, *operational* dan *technology*. Di samping itu, juga dapat mempercepat pencapaian tujuan pembangunan dan pengembangan jaringan telekomunikasi dalam negeri.

Pada tahun 1995 PT. Telkom merestrukturisasi organisasi operasinya dari 12 Wilayah Usaha Telekomunikasi (Witel) menjadai 7 Divisi Regional dan 1 Divisi Network. Divisi Regional bertanggung jawab menyelenggarakan jasa telekomunikasi di wilayah masing-masing sedang Divisi Network menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh melalui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional Telkom. Pengelolaan Divisi Regional ini berdasarkan azas desentralisasi serta bertindak sebagai pusat investasi dan sebagai pusat keuntungan.

Lima dari tujuh divisi regional ini kemudian di-kerja sama-kan dengan pihak swasta dengan cara membentuk Kerja Sama Operasi (KSO). Sedang dua divisi lainnya, yakni divisi II dan divisi V tetap dikelola oleh Telkom sendiri.

Sasaran yang ingin dicapai Telkom dengan pembentukan KSO ini adalah dalam hal peningkatan pembangunan sambungan telepon. Selain itu, dengan masuknya mitra KSO akan terjadi alih teknologi dan alih keterampilan manajemen kepada PT. Telkom, serta dapat meningkatkan pelayanan PT. Telkom staraf operator kelas dunia dalam waktu yang relatif singkat, dengan jalan tidak mengubah status kepemilikan PT. Telkom selama masa operasi.

Masuknya mitra KSO ini selain dapat mengurangi beban rencana investasi yang semestinya dilakukan Telkom, yang pada gilirannya akan memperbaiki arus

pertelekomunikasian, dan pembagian wilayah kerja agar lebih efisien. Hal ini akan bermanfaat bagi Telkom dalam alih kemampuan manajer*ial*, *operational* dan *technology*. Di samping itu, juga dapat mempercepat pencapaian tujuan pembangunan dan pengembangan jaringan telekomunikasi dalam negeri.

Pada tahun 1995 PT. Telkom merestrukturisasi organisasi operasinya dari 12 Wilayah Usaha Telekomunikasi (Witel) menjadai 7 Divisi Regional dan 1 Divisi Network. Divisi Regional bertanggung jawab menyelenggarakan jasa telekomunikasi di wilayah masing-masing sedang Divisi Network menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh melalui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional Telkom. Pengelolaan Divisi Regional ini berdasarkan azas desentralisasi serta bertindak sebagai pusat investasi dan sebagai pusat keuntungan.

Lima dari tujuh divisi regional ini kemudian di-kerja sama-kan dengan pihak swasta dengan cara membentuk Kerja Sama Operasi (KSO). Sedang dua divisi lainnya, yakni divisi II dan divisi V tetap dikelola oleh Telkom sendiri.

Sasaran yang ingin dicapai Telkom dengan pembentukan KSO ini adalah dalam hal peningkatan pembangunan sambungan telepon. Selain itu, dengan masuknya mitra KSO akan terjadi alih teknologi dan alih keterampilan manajemen kepada PT. Telkom, serta dapat meningkatkan pelayanan PT. Telkom staraf operator kelas dunia dalam waktu yang relatif singkat, dengan jalan tidak mengubah status kepemilikan PT. Telkom selama masa operasi.

Masuknya mitra KSO ini selain dapat mengurangi beban rencana investasi yang semestinya dilakukan Telkom, yang pada gilirannya akan memperbaiki arus

kas usaha Telkom – juga membuat Telkom dapat memfokuskan sumber daya manusia yang dimilikinya untuk mengembangkan dan mengoperasikan Divisi II, V, dan Divisi Network.

Keberhasilan Telkom melaksanakan KSO dan menerima pembayaran dari mitra KSO akan berdampak positif terhadap prospek usaha dan keuangan Telkom, terutama terhadap likuiditas, kebutuhan modal kerja, pertumbuhan pendapatan, dan laba berish. Keberhasilan tersebut juga akan mempengaruhi kemampuan Telkom untuk mengembangkan jaringan, kinerja operasi dan keuangan, teknologi dan keahlian manajerial.

Visi dan Misi PT. Telkom

- Visi Telkom : "*To Become A Leading Company In Infocom Business In The Regiion*" yang berarti "menjadi dominan *InfoCom player* di kawasan *regional.*"
- Misi Telkom : *To Become A Solution Provider in Infocom Industry By Providing , One Stop Service, Whilst Guaranteeing The Best Quality Of Service And Competitive Pricing Trough Utilization Of "State-The-Art Technology And Partnership."* Yakni bahwa PT. Telkom sebagai perusahaan yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi dan informasi dengan menitikbertakan usahanya pada bisnis utama yang meliputi *post, network*, dan *multimedia* serta bisnis pendukung yang terkait dengan bisnis utama, mendukung pembangunan nasional, memupuk keuntungan perusahaan, meningkatkan kesejahteraan karyawannya serta mengutamakan

kepuasan pelanggan melalui penyediaan pelayanan lengkap dan terpadu bagi seluruh pengguna jasa.

- Memberikan layanan "*One Stop Infocom*" dengan kualitas yang prima dan harga kompetitif
- Mengelola usaha melalui cara yang baik, dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang unggul, teknologi yang kompetitif serta *bussiness partner* yang sinergi.

Logo PT. Telekomunikasi



Dalam rangka menyesuaikan perkembangan zaman, perusahaan menggunakan logo baru bergambar lingkaran dengan garis-garis gradasi warna biru. Logo tersebut memiliki arti sebagai berikut :

1. Bentuk Visual Logo : misi telkom yang mantap, modern, luwes, sederhana, cepat terlihat secara utuh.

2. Menggambarkan dunia telekomunikasi modern melalui teknologi mutakhir yang tercermin dalam citra keseluruhan.
3. Gambaran sifat komunikasi kerjasama yang selaras secara berkesinambungan dan dinamis, digambarkan oleh garis-garis yang mengesankan beraturan dengan warna dominan biru tua dan biru muda yang bergradasi membentuk kesatuan visual, grafis yang utuh.
4. Warna biru tua dan biru muda gradasi menggambarkan teknologi tinggi telekomunikasi yangt berkembang dalam suatsana masa depan yang gemilang.
5. Ruang gerak Telkom secara nasional dan internasional tergambar dalam bentuk buatan dari logo.
6. Bentuk bulat yang berwarna biru tua menggambarkan utuhnya wawasan nusantara yang dipersatukan oleh telekomunikasi.
7. Bentuk huruf yang dipakai mencerminkan karakter modern, kokoh, berwibawa, kompak namun tetap sederhana dan mudah dibaca.
8. Secara teknis cetak modern, spesifikasi warna biru gradasi tidak sulit untuk diproduksi

UNIT PELAYANAN TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

1.2. Sejarah Komunikasi Perusahaan.

Komunikasi Perusahaan adalah istilah terakhir organisasi yang mengolah *Public Relations*, tujuannya untuk mengantisipasi tranformasi dari monopoli, dwipoli dan kompetisi.

- Pada tahun 1970 Perusahaan umum telekomunikasi membentuk Hubungan Masyarakat sebagai salah satu seksi dari sekretariat Direktur Utama.
- Pada tahun 1974 Hubungan Masyarakat menjadi bagian uraian.
- Pada Tahun 1978 Hubungan Masyarakat tidak lagi menjadi bagian uraian.
- Pada tahun 1989 Hubungan Masyarakat menjadi *Sub* Direktorat karena dikeluarkannya PP. No.3 / 1989 yang berisikan tentang PT Telkomunikasi resmi menjadi perusahaan swasta.

Aspek Komunikasi Perusahaan untuk pertama kalinya Divisi *Public Relations* dibentuk yaitu pada masa kepemimpinan Ir. Cacuk Sudanjanto (1989 – 1992) kedudukan struktur organisasi berada di bawah sekretaris perusahaan dan dijabat oleh seseorang *General* Manajer yang membawahi Manajer Internal dan Manajer Eksternal.

Pada masa kepemimpinan Drs. Setyanto P. Santoso MA, (1992 – 1995) dan berdasarkan keputusan dewan direksi No. K.O.53 / PSO / 150 / PROSES / 1995, tanggal 22 Juni 1995, *Public Relations* kembali mengalami pergantian nama menjadi Komunikasi perusahaan hingga sekarang yang berkedudukan dibawah koordinator Sekretaris Perusahaan yang dipimpin oleh seseorang koordinator

komunikasi yang saat ini dijabat oleh Bapak Mundar Wiyarso yang membawahi bidang Komunikasi Internal yang dipimpin oleh Bapak Pan Supandi dan bidang Komunikasi Eksternal dipimpin oleh Hari Triyono.

Suatu aspek manajemen yang dipimpin oleh Sekretaris Perusahaan dan membawahi :

A. Komunikasi Perusahaan :
   - Kepala Bidang komunikasi internal.
   - Kepala Bidang komunikasi eksternal.

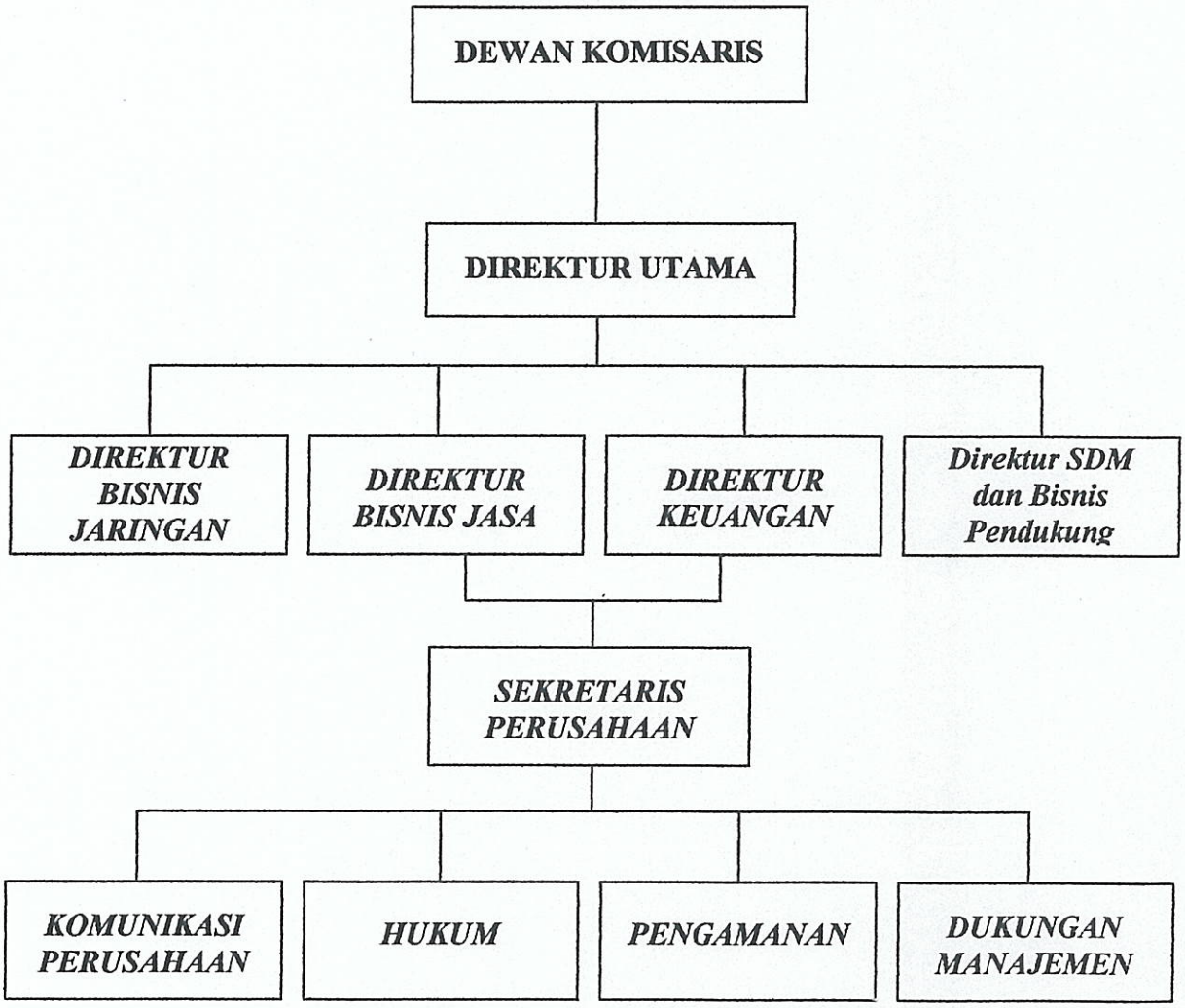
B. Hukum :
   - Koordinator peraturan dan bantuan hukum.
   - Koordinator perikatandan kerjasama.

C. Pengamanan.

D. Dukungan Manajemen :
   - Kepala Bagian logistik dan administrasi perkantoran.
   - Kepala Bagian layanan SDM kantor perusahaan.
   - Kepala Bagian Sekretariat Direktur Utama.

1.3. Struktur PT. Telekomunikasi, TBK.

Bagan 1.1
Struktur PT. Telekomunikasi Indonesia, TBK



PT. Telekomunikasi, Tbk dipimpin oleh direktur utama yang bernama Kristiono, Ir. Direktur utama membawahi

1. Direktur Bisnis Jaringan yang dipimpin oleh Ir. Abdul harris, MBA.
2. Direktur Bisnis jasa yang dipimpin oleh Suryatin Setiawan,Ir.

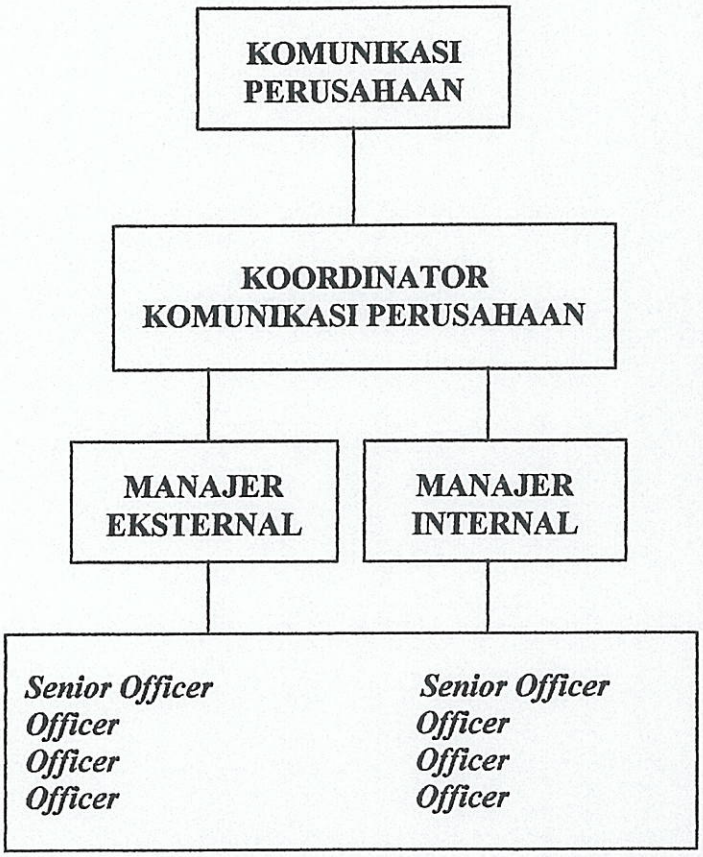
3. Direktur Keuangan yang dipimpin oleh Rinaldi Firmansyah, CFA, MBA, Ir.
4. Direktur SDM dan Bisnis Pendukung yang dipimpin oleh Ir. Woer.

Pada dewan komisaris yang dipimpin oleh Tanri Abeng, MBA yang menjabat sebagai komisaris utama, dan membawahi

1. P. Sartona, yang menjabat sebagai komisaris *independent.*
2. Arif Arryman, yang menjabat sebagai komisaris *independent.*
3. Gatot Trihargo, sebagai anggota komisaris.

1.4.Struktur Komunikasi Perusahaan

Bagan 1.2
Struktur Komunikasi Perusahalan



Komunikasi Perusahaan adalah istilah terakhir organisasi yang mengolah *Public relations*, tujuannya untuk mengantisipasi transformasi dari monopoli, dwipoli, dan kompetisi. Secara umum struktur yang ada pada divisi komunikasi perusahaan terpisah dari struktur organisasi PT. Telekomunikasi, Tbk.

Seperti yang ada pada bagan struktur di atas maka fungsi – fungsi dari pada struktur tersebut antara lain adalah :

I. Koordinator Komunikasi Perusahaan dipimpin oleh Mundar Wiyarso yang menjabat sebagai *General* Manajer. Dan pada komunikasi Peusahaan ada sekretaris yang bernama Santi Indriati. Ada 2 bidang pembagian pada komunikasi Perusahaan :

II. Bidang Internal yang dipimpin oleh Pan Supandi, membawahi :

1. *Senior Officer (S.O)* : Jatmiko.
2. *Officer* : Nana Suryana
3. *Officer* : Retno Susilowati

III. Bidang Eksternal yang dipimpin oleh Hari Triyono, membawahi :

4. *Senior Officer* : Hendrajanto
5. *Officer* : Dadang Giat. S
6. *Officer* : Sri Rezeki
7. *Officer* : Bambang Suprijo
8. *Officer* : Winarti
9. *Officer* : Bingahrini Haryanti.

1.5. *Job Description*

Koordinator Komunikasi Perusahaan dipimpin oleh Mundar Wiyarso yang menjabat sebagai General Manager. Dan pada Komunikasi Perusahaan ada sekretaris yang bernama Santi Indriati. Ada 2 bidang pembagian pada Komunikasi Perusahaan :

I. Bidang Internal yang dipimpin oleh Pan Supandi, yang membawahi :

1. *Senior Officer* (S.O) : Jatmiko yang bertugas menulis berita-berita internal perusahaan.
2. *Officer* : Nana Suryana, tugasnya mengani Buletin Kita
3. *Officer* : Retno Susilowati, tugasnya menulis berita-berita internal melalui internet, karena PT. Telkom mempunyai media portal sendiri pada jaringan internet.

Job description untuk bidang internal :

1) ***Coffe Morning*** adalah kegiatan rutin yang diselenggarakan oleh suatu Unit kerja TELKOM, berupa komunikasi dua arah untuk berdialog, dalam rangka menyatukan persepsi, konsepsi, koordinasi untuk menentukan langkah selanjutnya, dilaksanakan minimal sebulan dua kali yang bermaksud untuk menyeragamkan kegiatan *Coffe Morning* di setiap unit kerja Organisasi TELKOM, yang memiliki tujuan sebagai ajang komunikasi dua arah dan koordinasi antara atasan dan bawahan untuk mencapai kesatuan langkah selanjutnya. Dimulai dari Manajemen unit kerja tertentu menyampaikan informasi baru laporan singkat tentang

perkembangan sebelumnya, lalu informasi tersebut didiskusikan/dibahas bersama karyawan/staf unit kerja bersangkutan. Staf karyawan lalu menyampaikan komentar/saran kepada pihak *massanger* tentang pembahasan materi *coffe morning* tersebut, di mana manajemen akan memutuskan kesepakatan terhadap hasil pembahasan, yang lalu akan dilakukan pendokumentasian dan *active plan* dari hasil kesepakatan tersebut

2) ***Public Relations Briefing*** adalah *knowledge management* untuk jajaran *Public Relations* TELKOM, yaitu kegiatan di mana terjadi *knowledge transfer* dari Nara Sumber baik tentang *Public Relations* maupun tentang subjek lain, seperti :Arah & Kebijakan; Sasaran; Nilai-Nilai Organisasional; Operasi; *Services and Product* serta *current issue*; yang memiliki maksud dan tujuan agar kesiapan *Public Relations* TELKOM berperan untuk mengkomunikasikan keseluruhan *targeted receivient* secara komprehensif, terpadu, dan *effective*. Dimulai dari akan dilakukannya analisis industri laku *CSS RKM/RMO RKAP* akan melakukan analisa tentang kebijakan, arahan, sasaran, *operation, services, product,* dan *current issue*; Yang mana akan segera dilakukan pembahasan materi *Public Relations Briefing* berdasar pada Infomemo *Investor Insight* dan laporan per formasi, berdasarkan materi tersebut lalu akan diselenggarakan *Public Relations Briefing* berdasarkan apa yang terdapat dari nara sumber dan akan dijabarkan materinya, dan hal itu akan terus menerus berjalan hingga selesai

3) ***Public Address*** adalah kegiatan yang di selenggarakan Unit Komunikasi *Public Relations* TELKOM berupa pengiriman informasi untuk publik internal terutama pada *tennat* suatu lingkungan perkantoran TELKOM melalui media komunikasi khusus internal yang bermaksud menyeragamkan penerapan P*ublic Address* di setiap Gedung Kantor Unit Organisasi PT TELKOM yang memiliki tujuan mendistribusikan informasi secara tertib dan tidak menginterupsi kegiatan kerja sehingga dapat meningkatkan citra dan memelihara produktivitas kerja. Dimulai dari Unit kerja mengajukan materi informasi yang akan diumumkan lalu pimpinan unit *Public Relations* atau petugas yang ditunjuk melakukan *review* dan memberikan persetujuan mengenai materi informasi yang akan diumumkan, lalu unit komunikasi perusahaan mengumumkan pada semua *tenant* dan unit komunikasi perusahaan akan mengumumkan ulang kepada seluruh *tenant* GKP TELKOM sesuai dengan kebutuhan
4) **Penyelenggaraan upacara** adalah kegiatan tata cara upacara yang meliputi perencanaan dan pelaksanaan upacara yang bermaksud untuk memberikan keseragaman, kelancaran, dan ketertiban dalam penyelenggaraan upacara dan memiliki tujuan meningkatkan keterampilan dan pembinaan dalam penyelenggaraan upacara, berdasarkan tata upacara dan pedoman yang berlaku.
5) **Kliping berita** adalah kumpulan berita (tulisan dan atau gambar)tentang TELKOM dan perusahaan afiliasi serat perusahaan pesaing yang relevan (bila dimungkinkan) dari surat kabar, majalah, dan media lainnya, yang

disampaikan kepada manajemen yang diterbitkan setiap hari yang bermaksud menyeragamkan penyusunan kliping di setiap unit kerja yang menerbitkan kliping berita, apabila memungkinkan dapat dimasukkan ke dalam internet dan memiliki tujuan mendistribusikan informasi dari *media* yang termonitor oleh unit kerja pembuat kliping berita, dan apabila memungkinkan membuat *resume* atau ringkasan berita yang perlu diketahui oleh manajemen. Dimulai dengan redaksi menerima surat kabar/sumber berita dari berbagai media lalu mengumpulkan dan menseleksi seluruh berita yang berhubungan dengan Telkom/*afiliasi*./anak perusahaan Telkom lainnya sebagai *kompetitor* yang lalu dikelompokkan berdasar nama koran/media, tanggal terbit, dan halaman berita bersangkutan, lalu pemeriksaan akhir dan penyerahan oleh koordinator/.penanggung jawab kliping di mana kliping akan dicetak sesuai dengan kebutuhan karena pendistribusian kliping selambat-lambatnya pada pukul sepuluh hingga pukul sebelas waktu setempat dan redaksi mengarsipkan kliping pada hari yang bersangkutan

6) **Penerbitan Meida Internal** adalah proses mengoptimalkan sumber daya yang dilakukan oleh unit komunikasi di tingkat DATEL ke atas dalam rangka menghasilkan suatu media, baik untuk maupun elektronik yang berfungsi sebagai perantara komunikasi antara manajemen dengan karyawan dan antara perusahaan dengan keluarga besar TELKOM bermaksud membuat pedoman dalam penerbitan media, agar materi *informations* yang disampaikan atau didiskusikan sesuai dengan Visi,

Misi dan Kebijakan Perusahaan serta sesuai dengan kaidah-kaidah jurnalistik pada umumnya, sehingga media internal tersebut dapat meningkatkan *value* pada karyawan dan keluarga besar TELKOM, dan bertujuan meningkatkan profesionalisme dalam penerbitan Media Internal

II. Bidang Eksternal yang di pimpin oleh Hari Triyono, membawahi :

1. *Senior Officer* (S.O) : Hendrajanto, tugasnya menulis berita-berita eksternal.
2. *Officer* : Dadang Giat. S : tugasnya mencatat biaya pengeluaran keuangan untuk kegiatan pada devisi Komunikasi Perusahaan.
3. *Officer* : Kiki, tugasnya menangani *Press Release* (membuat berita untuk disebarkan ke media-media).
4. *Officer* : Sri Rezeki, tugasnya menangani *Press Release*
5. *Officer* : Bambang Suprijo, tugasnya sebagai protokol pada event Perusahaan.
6. *Officer :* Winarti, tugasanya menangani *Press Release.*
7. *Officer* : Bingahrini Haryanti, tugasanya menangani *Press Release.*

Job description untuk bagian eksternal :

1) **Pengelolaan Praktek Kerja Lapangan** adalah kegiatan mulai perencanaan waktu penerimaan, pembinaan, evaluasi dan kegiatan lainnya hingga publikasi di Media Massa bermaksud untuk menyeragamkan pengelolaan penerimaan, pendataan serta publikasi Praktek Kerja Lapangan, yang

bertujuan meningkatkan pembinaan terhadap siswa Praktek Kerja Lapangan dalam rangka meningkatkan keterampilan dan wawasan yang bersangkutan. Dimulai dengan siswa calon Praktek Kerja Lapangan mengajukan surat permohonan yang ditandatangani Institusi pendidikan bersangkutan, lalu Bagian Komunikasi Eksternal menginformasikan kepada unit kerja perihal penawaran tenaga Praktek Kerja Lapangan. Apabila unit kerja menerima tawaran tenaga Praktek Kerja Lapangan, maka unit kerja menghubungi siswa calon peserta Praktek Kerja Lapangan untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang lalu pimpinan unit kerja melakukan evaluasi pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan dan melaporkan kepada bagian komunikasi eksternal, lalu pimpinan unit kerja melakukan evaluasi pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan dan melaporkan kepada bagian komunikasi eksternal; apabila unit kerja menolak tawaran tenaga kerja Praktek Kerja Lapangan, maka unit kerja menginformasikan kepada bagian komunikasi eksternal mengenai penolakan tawaran tenaga Praktek Kerja Lapangan. Lalu bagian komunikasi eksternal mengirim surat penolakan permohonan Praktek Kerja Lapangan kepada pemohon. Dan terus terus berulang kegiatan dari bagiaan pengelolaan PKL di PT. Telkom, Tbk.

2) **Penerimaan dan Komunikasi untuk Tamu-Rombongan** adalah tatacara dalam menerima Tamu-Rombongan yang bermaksud menyeragamkan tata-cara penerimaan Tamu-Rombongan dan menyeragamkan pemberian isi dan cara penyampaian informasi kepada Tamu-Rombongan di maksud dan memiliki tujuan memberikan pemahaman tentang TELKOM secara

komprehensif dalam rangka membentuk komunitas TELKOM yang dapat memberikan *business impact positive* kepada TELKOM. Dimulai dari organisasi yang akan melakukan kunjungan ke TELKOM membuat surat permohonan yang lalu Unit Komunikasi Perusahaan memberikan persetujuan/tanggapan mengenai permohonan kunjungan yang apabila diterima unit komunikasi perusahaan mempersiapkan acara penerimaan tamu yang diteruskan unit komunikasi perusahaan menerima tamu/rombongan.

3) ***Press Release*** adalah tulisan khusus bernilai berita yang dibuat oleh Unit Komunikasi TELKOM berupa penyampaian informasi perusahaan, yang diperuntukkan bagi media massa yang bermaksud menyeragamkan kegiatan penyusunan *Press Release* di setiap unit kerja komunikasi/*Public Relationss Unit* Organisasi TELKOM, dan memiliki tujuan pendistribusian informasi secara tertib dan benar serta satu bahasa dengan kebijakan manajemen di unit kerja tersebut, menyampaikan informasi perusahaan pada publik tentang kegiatan yang telah, sedang dan akan dilakukan dalam bahasa poluler. Dimulai dari Bagian Komunikasi Eksternal membuat *draft press release* kepada publik, lalu bidang komunikasi perusahaan me-*review* dan memberi persetujuan dan atau koreksi tentang isi dari *press release* yang diteruskan dengan pemberian *press release* pada publik dan membuat dokumentasi arsip

4) ***Press Conference*** adalahh kegiatan temu wicara antara manajemen Unit Kerja Organisasi TELKOM dengan media, dengan maksud menyampaikan suatu informasi penting yang perlu diketahui oleh publik dan dikoordinir oleh unit kerja komunikasi perusahaan, dan memiliki tujuan untuk memberikan

pemahaman dan pengertian tentang kebijakan, pelayanan dan kegiatan TELKOM lainnya secara transparan, untuk memelihara dan meningkatkan citra *positive* perusahaan. Dimulai dari unit kerja menghubungi bagian komunikasi eksternal bahwa akan dilakukan *press conference* dan menginformasikan materi, waktu pelaksanaan dan orang yang akan melakukannya, lalu bagian komunikasi eksternal akan mempersiapkan tempat, sarana, undangan, dan kebutuhan lainnya untuk pelaksanaan *press conference* dengan bekerjasama dengan mitra wartawan media, hingga dilaksanakan *press conference* yang akhirnya bagian komunikasi eksternal membuat evaluasi dan dokumentasi materi dari *press conference*

5) **Pameran** adalah salah satu kegiatan dari pembentukan citra perusahaan dan *product awareness.* Setiap kegiatan pameran harus dipersiapkan, di-*design* dengan memiliki tema sesuai strategi perusahaan agar dicapai hasil yang efektif maka pelaksanaan pameran harus melibatkan unit kerja yang relevan, Bermaksud menyeragamkan pola kegiatan pameran secara nasional dengan tetap memperhatikan norma-norma perusahaan. Dimulai dari unit kerja pemasaran melakukan persiapan tentang rencana pameran perusahaan, lalu bagian komunikasi perusahaan mendukung pelaksanaan pameran dengan mempersiapkan *stand* pameran yang sesuai dengan *image* perusahan, lalu unit kerja logistik akan melakukan negosiasi harga pengadaan *stand* dengan mitra, yang bila berhasil unit kerja pemasaran melaksanakan pameran bekerjasama dengan bidang komunikasi perusahaan dan mitra, dan akhirnya bagian

komunikasi eksternal mendokumentasikan pelaksanaan pameran untuk diterbitkan pada media internal.

6) ***Sponsorship*** adalah salah satu program kegiatan *social responsibility* oleh unit komunikasi perusahaan, melalui kegiatan membantu penyelenggaraan suatu acara yang dilaksanakan oleh organisasi institusi atau lembaga pemerintah, dengan kompensasi minimal mencantumkan informasi/identitas Telkom sebagai salah satu sponsor, untuk meningkatkan citra dan nilai perusahaan yang memiliki tujuan untuk meningkatkan efektivitas *sponsorship* dengan kebijakan perusahaan.

1.6. Sarana dan Prasarana

Tabel 1.1

Sarana dan Prasarana yang di miliki Komunikasi Perusahaan

No	Nama Barang	Jumlah
1	Telepon	15 Unit
2	*Computer* Merk LG	15
3	*Handy Camera*	1
4	*Camera* Merk Nicon	
	• *Type* Coolpix 5700	1
	• *Type* F 90X	1
	• *Types* AM3	1
5	Fotokopi Merk Xerox	1
6	*Printer* Merk Hp Deskjet	7

7	*Fax*	1
8	*Tape Recorder* Merk Sony	3
9	*Television* 21 Inchi Merk Sony	9
10	Kulkas LG	1
11	Ruang Rapat	1
12	*Front Desk*	1

1.7. Lokasi dan Waktu PKL (Praktek Kerja Lapangan)

Lokasi :

Dalam pengumpulan data praktek ini, penulis melaporkan, lokasi praktek kerja lapangan adalah PT. Telekomunikasi Indonesia, TBK yang beralamatkan di Jalan Japati Nomor Satu Bandung, 40133

Waktu :

Adapun lamanya waktu untuk melakukan kerja praktek ini adalah satu bulan empat hari, mulai tanggal 06 Juli 2004 sampai dengan tanggal 10 Agustus 2004. penulis melaksanakan kegiatan kerja praktek ini setiap hari Senin sampai dengan hari Jumat yang dimulai pada pukul delapan pagi Waktu Indonesia bagian Barat dan berakhir pukul lima sore Waktu Indonesia bagian Barat.