BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (TELKOM) merupakan perusahaan penyelenggara informasi dan telekomunikasi (InfoComm) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (*full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia.Perusahaan didirikan berdasarkan legilasi Republik Indonesia. Alamat kantor resmi Perusahaan adalah Jalan Japati No.1, Bandung, 40133, Indonesia, sedangkan nomor telepon kantor resmi Perusahaan adalah (62) (022) 452-1510.

PT Telekomuikasi Indonesia, Tbk didirikan pada tahun 1884, berawal dari sebuah badan usaha swasta penyediaan layanan pos telegraf dibentuk pada masa Pemerintahan Kolonial Belanda.Penyelenggaraan telekomunikasi oleh swasta ini berlangsung sampai tahun 1906. Kemudian pada tahun 1906, Kolonial Belanda membentuk sebuah Jawatan Pos, Telegraf & Telepon (*Post Telegraft and Telefondients*), atau disebut PTT Dienst. Pada tahun 1927 ditetapkan sebagai Perusahaan Negara Pemerintah Hindia Belanda.

Jawatan PTT berlangsung sampai dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) No.19 tahun 1960, yang menetapkan Jawatan PTT untuk menjadi Perusahaan Negara.Kemudian berdasarkan Peraturan Peerintah RI No.24 tahun 1961 Perusahaan Jawatan PTT berubah menjadi Perusahaan Negara

(PN) Pos dan Telekomunikasi. Pada tahun 1965 pemerintah membagi PN Pos dan Telekomunikasi menjadi dua Perusahaan Negara, yaitu PN Pos dan Giro, dan Perusahaan Negara Telekomunikasi.

Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi berubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (PERUMTEL) sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. Selanjutnya untuk lebih meningkatkan pelayanan jasa telekomunikasi untuk public, maka dengan Peraturan Pemerintah No.53 tahun 1980 diadakan peuibahan atas Peraturan Pemerintah No.22 tahun 1974, yakni dengan menetapkan PERUMTEL sebagai Badan Usaha yang diberi wewenang untuk menyelenggarakan telekomunukasi dalam negeri dan PT Indosat diberi wewenang untuk menyelenggarakan telekomunikasi internasional, terpisah dari PERUMTEL.

Kemudian tahun 1991 melaui Peraturan Pemerintah No.25 tanggal 1 Mei 1991 Pemerintah mengubah bentuk Perum menjadi Perusahaan Perseroan (Persero).Sebagai bentuk pengembangan usahanya, Telkom memberikan penawaran umum perdana saham pada tahun 1995. Dengan begitu namanya pun berubah menjadi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Sejak November 1995 Telkom telah beubah statusnya menjadi Perusahaan public.Perubahan besar-besaran Telkom terjadi pada tahun 1995, meliputi Restrukturasi Internal, Kerjasama Operasi (KSO), dan *Initial Publik Offering* (IPO).Sejak saat itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia, *New York Stock Exchange* (NYSE) dan *London Stock Exchange* (LSE).

Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa Pencatatan (*Public Offering Without Lishing*/POWL) di *Tokyo Stock Exchange*.

Transformasi terakhir sekaligus yang disebut dengan NEW TELKOM Indonesia adalah system transformasi dalam bisnis, transformasi infrastruktur, transformasi system dan model operasi dan transformasi sumber daya manusia. Transformasi tersebut resmi diluncurkan kepada pihak eksternal bersamaan dengan New Corporate Identity TELKOM pada tanggal 23 Oktober 2009, pada hari ulang tahun TELKOM yang ke 153.TELKOM juga memiliki tagline baru, "The World in Your Hand". Sampai dengan 31 Desember 2008 jumlah pelanggan TELKOM tumbuh 37% dari tahun sebelumnya sebanyak 68,6 juta pelangan telepon tidak bergerak nirkabel sejumlah 12,7 juta pelanggan dan 65,3 juta pelanggan jasa telepon bergerak.

Sejalan dengan lahirnya *NEW* TELKOM Indonesia, berbekal semangat *positioning* baru *Life Confident manajemen* dan seluruh karyawan TELKOM berupaya mempersembahkan profesionalitas kerja, serta produk dan layanan terbaik bagi pelanggan dan *steakholders.* Sepanjang Tahun2008, berbagai penghargaan dan sertifikasi telah diterima oleh TELKOM, baik dari dalam maupun luar negeri antara lain, Sertifikasi ISO 9001:2000 dan ISO 9004:2000 untuk Divisi *Enterprise Service* dari *Today Uniq Visitor* (TUV) *Rheinland Internaional Indonesia*; Penghargaan Sistem Kesehatan dan Keselamatan Kerja (SMK3) dan Kecelakaan Nihil 2008 dari Wakil Presiden RI; *The Best Corporate Image category* dalam ajang *Most Admired Copies Award* ke 8 dari *Frontier Consulting Group*; Juara Umum 2007 Annual

Report Award dari Menteri Keuangan RI; Juara Umum Anugerah Media Humas 2008 dari Bakohumas CIO (*chief information officer*) *of The Year* 2008 dalam *Hitachi Data System* IT Inspiration Awards; dan Penghargaan *chief executive officer* (CEO) dan Perusahaan Idaman dari Majalah Warta Ekonomi.

Berikut Perubahan Logo yang dilakukan PT.Telkom Tbk :

Gambar 1.1

Logo Perubahan Telkom

Logo PN Postel (1961 – 1974)	Logo PERUMTEL (1974 – 1991)	Logo lama Telkom (1991 – 2009)	Logo Telkom sejak 2009 – sekarang
			

Sumber: www.telkom.co.id

Saham TELKOM per 31 Desember 2008 dimiliki oleh pemerintah Indonesia (52,47%) dan pemegang saham *public* (47,53%). Saham TELKOM tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), *New York Stock Exchange* (NYSE), *London Stock Exchange* (LSE), dan *Tokyo Stock Exchange*, tanpa tercatat. Harga saham TELKOM di BEI pada akhir Desember 2008 sebesar Rp.6.900. Nilai kapitalisasi pasar saham TELKOM pada akhir tahun 2008 mencapai Rp. 139,104 miliar atau 12,92% dari kapasitasi pasar BEI.

Dengan pencapaian dan pengakuan yang diperoleh TELKOM, penguasaan pasar untuk setiap portofolio bisnisnya, kuatnya kinerja keuangan, serta potensi pertubuhannya di masa mendatang, TELKOM menjadi model korporasi terbaik Indonesia.

1.1.1 Visi Dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

1.1.1.1 Visi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

Adapun visi dari PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk adalah sebagai berikut

"To become a leading InfoCom player in the region".

Telkom berupaya untuk dapat meningkatkan diri menjadi perusahaan InfoCom terkemuka dalam kinerja financial, pasar dan operasional di kawasan regional antara lain kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik.

1.1.1.2 Misi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

Selain visi PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk mempunyai misi, seperti yang diurutkan sebagai berikut:

- *To provide one stop InfoCom serfice with Exelent Quality and Competitive price*
- *Managing business thru best practices Competitive Adventages and Synergy*

TELKOM berkomitmen memberikan layanan terbaik dan berkualitas, untuk kemudahan bagi pelanggan dengan harga yang kompetitif. Dalam mengelola bisnis, TELKOM melakukan dengan cara-cara terbaik sesuai dengan standar internasional, yang focus pada optimalisasi keunggulan kompetitif perusahaan, serta membangun sinergi kemitraan yang saling mendukung dan menguntungkan

1.2 Sejarah PR *(Publik Relations)*

Persaingan bisnis adalah situasi yang tidak dapat dihindari bagi setiap perusahaan apalagi bagi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. yang saat ini telah memiliki banyak saingan dalam bidang telekomunikasi, diperlukan kontribusi setiap unit di perusahaan sehingga terbentuk teamwork yang baik. perusahaan sebesar Telkom tentunya memiliki banyak kantor cabang yang terpencar di seluruh wilayah Indonesia dan media untuk berkomunikasi terhadap cabang yang begitu banyak dan menyebar ini sangat diperlukan, adapun peranan unit *public relations* begitu penting sebagai pengisi *content* media komunikasi dan menjalankan berbagai kegiatan lain untuk mendapatkan citra positif dari para publiknya.

Pembentukan citra positif tidak mudah di dapatkan karena di butuhkan kerja keras sekian lama dan konsisten untuk selalu memajukan nama baiak perusahaan.menjaga citra dan reputasi sama susahnya dengan membangunnya dan bisa jadi lebih sulit.banyak hal yang dilakukan oleh unit *public relations* terutama

dalam kaitannya dengan public internal dan eksternal, disini banyak dirancang berbagai kegiatan komunikasi yang akan memiliki dampak positif bagi perusahaan.

Perkembangan unit *public relations* PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.mengalami beberapa kali perubahan nama dan struktur organisasi yang di sesuaikan dengan kebijakan manajemen yang berlaku.unit *public relations* pertama kali dibentuk pada masa kepemimpinan Ir. Cacuk Sudarjanto pada tahun 1988-1992. dalam masa kepemimpinan oleh beliau, fungsi unit *public relations* diperkuat dan dikepalai oleh general manager. general manager ini membawahi manager internal & eksternal.kemudian pada masa kepemimpinan Ir.Cacuk Sudarjanto berakhir dan digantikan oleh Drs. Setyanto P. Santoso, MA, maka berdasarkan keputusan dewan direksi No.K.053/PS/150/PROSES/1995 tanggal 22 juni 1995, *public relations* (purel) mengalami pergantian nama menjadi unit komunikasi perusahaan. Unit komunikasi perusahaan di kepalai oleh seorang kordinator komunikasi perusahaan dan kordinator komunikasi perusahaan membawahi kepala bagian internal dan kepala bagian eksternal.pada masa Setyanto, level komunikasi perusahaan sejajar dengan manager.

Pada masa kepemimpinan Kristiono, komunikasi perusahaan sejajar dengan *vice president* dan kedudukan struktur organisasinya berada di bawah koordinasi secretariat perusahaan(*corporate secretary*) pada bulan maret 2006, *public relations* Telkom dipimpin *vice president* sub departemen *public and marketing communications* yang kedudukannya di bawah *head of corporate communications*

membawahi 3 sub departemen yaitu *investor relations,public and media relations* dan *regulatory management.*

Pada masa kepemimpinan Rinaldi firmansyah, PMC berganti nama menjadi *public relations* yang membawahi empat sub unit yaitu *internal relations*, *eksternaland community relations*, *media relations* dan *news and information management* yang masing-masing di kepalai oleh seorang *assistant vice president* (AVP).

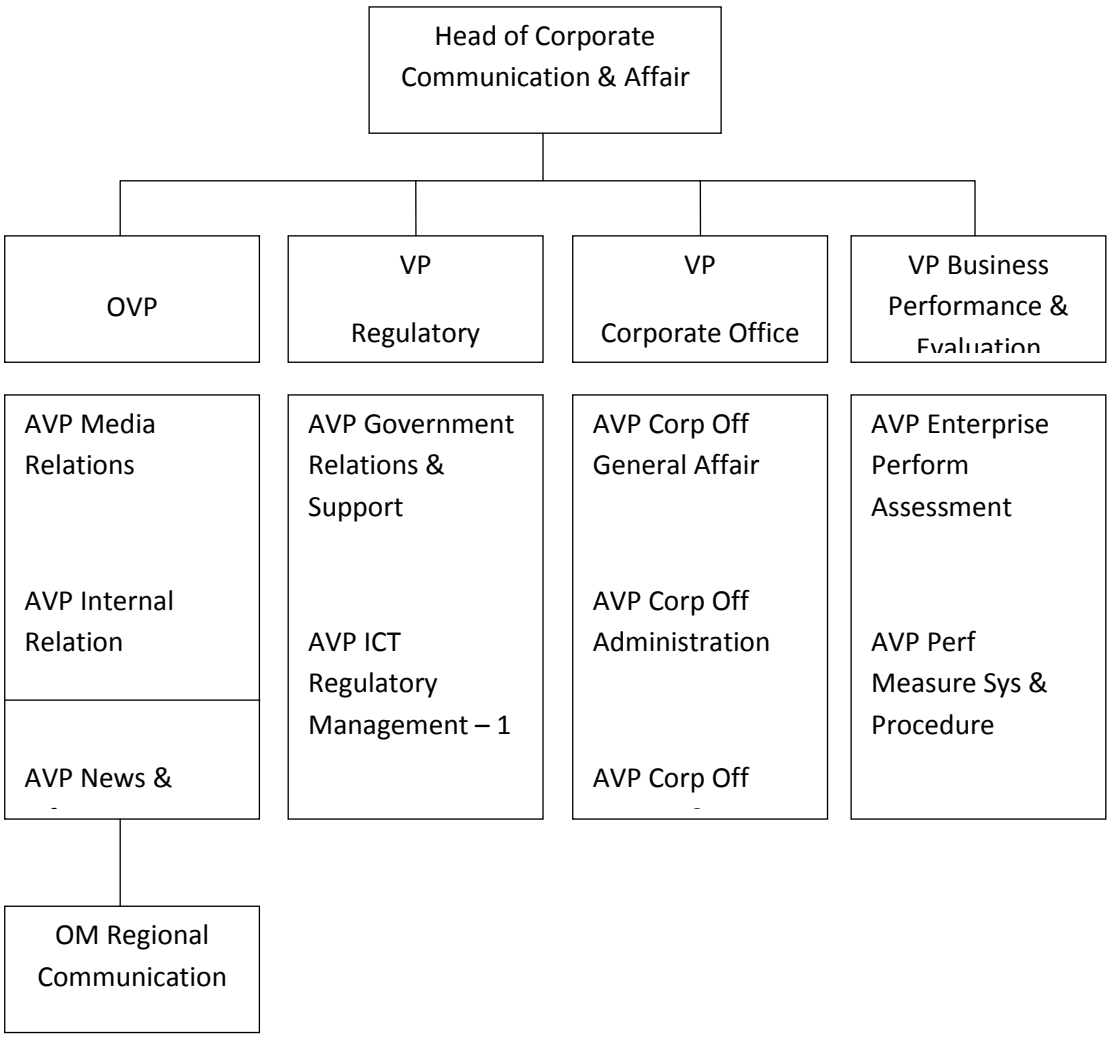
Saat ini *public relations* dipimpin oleh ibu Agina Siti Fatimah sebagai *operation vice president public relations* (OVPPR), ibu Agina Siti Fatimah membawahi empat bagian yaitu *internal relations,osm communication,media relations and information management yang* masing-masing dikepalai oleh seorang *assistant vice president*(AVP).

Corporate communication merupakan suatu unit komunikasi di perusahaan untuk menjaga hubungan baik dengan berbagai publiknya, baik itu publik internal maupun publik eksternal perusahaan.posisi unit ini sangat strategis dalam struktur organisasi perusahaan sehingga memegang peranan penting dalam perusahaan.

1.3 Struktur Organisiasi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

Gambar 1.2

Struktur Organisasi PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.



Sumber : PT.Telkom Indonesia Regional *Communication* Jabar

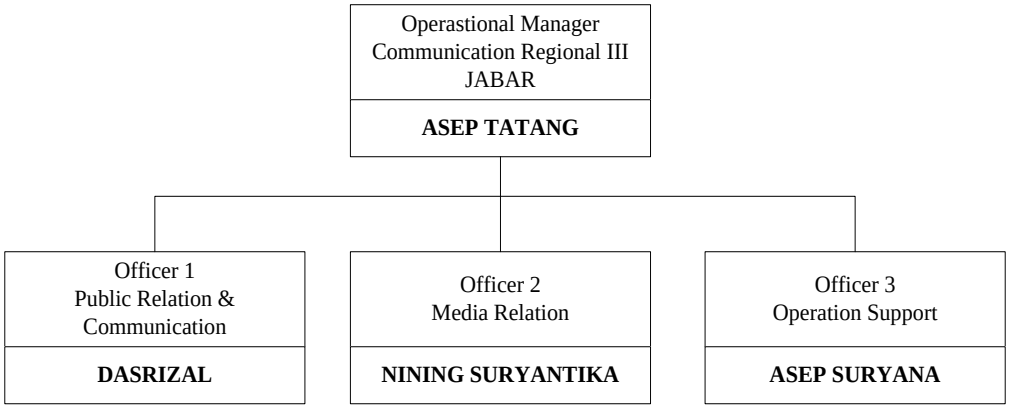
1.4 Struktur Organisasi Division Communication PT. Telkom Regional III Jabar

Division Communication adalah salah satu divisi yang ada di PT. Telkom Regional III Jabar, Tbk. Departemen ini mengelola seluruh aktifitas komunikasi, baik internal maupun eksternal, yang dilakukan oleh PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Berikut, adalah struktur organisasi *Division Communication* PT. Telkom Regional III Jabar Dibawah ini adalah Struktur Organisasi Divisi Communication Regional Iii Jabar tempat penulis melakukan praktek kerja lapangan :

Gambar 1.3

Struktur Organisasi Division Communication

PT. Telkom Regional III Jabar



Sumber : PT. Telkom Indonesia Regional *Communication* Jabar

1.5 Job Description

Job Description setiap bagian dalam setiap perusahaan pasti memiliki *jobdesc* yang berbeda-beda, berikut *Job Description* Divisi *Communication* Telkom Jabar:

1. *Operation Manager Communication*
    a) Memastikan tujuan/sasaran bidang regional *communication* untuk dijabarkan dan dikomunikasikan kepada seluruh karyawan/staf unit kerja untuk menyusun program kerja / RKA, dan indikator-indikator kinerja fungsi secara *komperhensif.*
    b) Memastikan kebijakan *internal, regulasi, investor insight, statement / opini / content media, opini publik dan voice of employee* digunakan sebagai pedoman untuk pelaksanaan aktifitas program komunikasi secara *internal / eksternal.*
    c) Memastikan undang-undang ,usulan program, kebiajakan yang terkait *CSR* dan rencana program *CSR.*
    d) Mewakili perusahaan (Unit *Coorporate Communications & Affair)* pada pertemuan fungsi-fungsi formal dan legislatif.
    e) Memastikan laporan kegiatan dan pembiayaan Unit *Coorporte Communication & Affair* di *review* untuk memastikan bahwa tujuan-tujuan yang telah ditetepkan organisasi tercapai.
2. *Public Relations & Communications*
    a) Memastikan data perusahaan yang mencakup seluruh aspek potensi dan performansi *enterprice* dikelola sebagai informasi bisnis yang

diperlukan dalam perencanaan strategis dan pengendalian perusahaan.

b) Memastikan terselenggaranya sistem monitoring, evaluasi dan rekomendasi proyek-proyek strategis perusahaan.

c) Memastikan perubahan pada ruang lingkup unit *coorporate communications and affair* dikelola secara efektif untuk menjadi *role model* bagi karyawan dengan upaya bersama-sama meningkatkan kinerja perusahaan.

d) Menyajikan laporan dan anggaran pembiayaan unit *coorporate affair* sesuai yang dibutuhkan Dewan Direksi, Dewan Komisaris, dan lembaga-lembaga lain yang berkepentingan.

3. *Media Relations*.

a) Memastikan negosiasi dilakukan untuk melakukan kerjasama dengan pihak-pihak ekternal dengan kewenangan tertentu.

b) Memastikan hubungan dengan organisasi dan *key* person sema nasional dan internasional diciptakan dan dipelihara dalam rangka menjalani hubungan kerja yang luas untuk mengembangkan bisnis dan mewakili perusahaan.

c) Memastikan hubungan baik dengan berbagai media baik cetak maupun elektronik.

d) Memastikan kebijakan *coorporate image / reputation* yang digunakan sebagai *framework* dan standarisasi pelaksanaan komunikasi ektrenal / internal di luar investor *relations* berdasarkan strategi yang telah

ditetapkan.

4. *Operating Support*

   a) Memastikan terselenggaranya aktifitas dukungan terkait fungsi *logistic dan procurement* pada *unit Coorporate Office.*

   b) Memastikan terselenggaranya kegiatan yang diselenggarakan unit *Coorporate Communicatons.*

Sumber : www.telkom.co.id

1.6 Sarana Dan Prasarana PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional III Jawa Barat & Banten

Fasilitas Perusahaan yang ada di PT. Telkom Divisi Regional III meliputi fasilitas kerja dan fasilitas gedung, yang terdiri sebagai berikut:

Tabel 1.1

Sarana PT.Telkom Divre III

No	Sarana	Kondisi
1	*Workstation* (meja kerja)	Baik
2	Perangkat Komputer	Baik
3	Telepon	Baik
4	Camera Digital	Baik
5	Nikon D60	Baik
6	*Handy Cam*	Baik

7	Mesin Foto copy	Baik
8	Facsimile	Baik
9	*Over head projector (OHP)*	Baik
10	*White Board*	Baik
11	Buku-buku atau dokumen petunjuk kerja. (Contohnya seperti : Kumpulan peraturan pelaksanaan kerja)	Baik
12	Fasilitas kerohanian	Baik
13	Sarana olah raga	Baik
14	Sarana kesenian	Baik

Tabel 1.2

Prasarana PT.Telkom Divre III

No	Prasarana	Kondisi
1	Ruang kerja	Baik
2	Ruang rapat	Baik
3	Perpustakaan	Baik
4	Gedung dengan jumlah 5 lantai	Baik
5	Lift sebanyak 2 buah	Baik
6	Ruangan yang berAC	Baik

7	Tangga Darurat	Baik
8	Lapangan Parkir	Baik
9	Taman	Baik
10	Toilet	Baik
11	Koprasi Pegawai	Baik
12	Kantin	Baik

Sumber : Devision Communication, 2013

1.7 Lokasi Dan Waktu Praktek Kerja Lapangan (PKL)

1.7.1 Lokasi Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan di *Division communication* di PT.Telekomunikasi Indonesia Regional III Jabar. Kota Bandung yang beralamat Jl. Supratman No.66 A No.telp (022) 76820055 Bandung.

1.7.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan selama kurang lebih 1 bulan (16 hari kerja) yang terhitung mulai dari tanggal 20 agustus 2011 – 10 September 2011. Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan pada hari Senin – Jum’at pada pukul 08.00 – 17.00 WIB.