BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Sejarah dan Perkembangan PT Bio Farma (Persero)

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

PT Bio Farma (Persero) berdiri sejak tahun 1890 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 antisera 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 antisera.

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 m2 bertempat di Jalan Pasteur No.28 Bandung untuk fasilitas produksi, penelitian, pengembangan, pemasaran dan administrasi. Kemudian seluas 282.441 m2 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.

PT Bio Farma (Persero) adalah salah satu dari beberapa produsen vaksin dunia yang telah mendapat prekulaifikasi WHO (*World Health Organization*, Organisasi Kesehatan Dunia) terutama untuk vaksin-vaksin yang tergolong dalam *Expanded Program on Imunization* (EPI). Termasuk di dalamnya adalah program khusus untuk Eradikasi Polio, Eliminasi Campak

dan Tetanus. Hal tersebut mampu membuat PT Bio Farma (Persero) mampu mengekspor produk vaksin ke lebih dari 100 negara di dunia.

Dalam usia yang ke 122 tahun PT Bio Farma (Persero) telah memiliki peranan penting dalam perkembangan bangsa ini, khususnya dalam mewujudkan masyarakat dan generasi muda Indonesia yang sehat serta terbebas dari berbagai macam penyakit menular yang sedianya mampu mengancam integritas suatu bangsa. Berfokus pada tujuan Dekade Vaksin 2011-2020, PT Bio Farma (Persero) berusaha meningkatkan kesadaran pentingnya imunisasi sebagai hak asasi manusia dan pemerataan imunisasi untuk seluruh masyarakat dari segala usia. Melalui program imunisasinya dan berbagai produk vaksin yang dihasilkan, Bio Farma mampu menjawab tantangan dunia akan kebutuhan vaksin secara nasional untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dan sebagian kebutuhan vaksin dunia.

Kinerja perusahaan yang didukung oleh kehadiran teknologi yang tidak tergantikan manfaatnya dalam mengoptimalkan efisiensi dan efektivitas di lingkungan PT Bio Farma (Persero), sehingga bisa tercipta kestabilan bahkan peningkatan kinerja perusahaan hingga kini. Dalam hal teknologi produksi vaksin dan antisera, kualitas dan keunggulan produk PT Bio Farma (Persero) telah diakui secara internasional.

Sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) terhadap masyarakat, melalui program-program kegiatan sosial, wirausaha, keagamaan, pendidikan, dan kesehatan masyarakat terus dikembangkan oleh PT Bio Farma (Persero) untuk mewujudkan kepedulian

terhadap lingkungan masyarakat. Sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara PT Bio Farma (Persero) dengan masyarakat sekitar.

1.2. Visi dan Misi PT Bio Farma (Persero)

"Dilandasi oleh kinerja internal yang solid serta ketanggapan dalam mengantisipasi *trend* bisnis dan perkembangan teknologi vaksin dan serum, Bio Farma berkomitmen untuk menggapai prestasi cemerlang dan menjadi perusahaan kelas dunia".

Visi

"Menjadi produsen vaksin dan antisera kelas dunia yang berdaya saing global".

Misi

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 keluarga besar perusahaan dan berkontribusi optimal kepada negara.

1.3. Logo Perusahaan

Adapun logo dari PT Bio Farma adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1
Logo PT Bio Farma (Persero)



Sumber : Arsip Dokumen PT Bio Farma (Persero)

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. Kedua warna ini secara terpadu menyiratkan semangat *progesif* dan keberanian untuk berinovasi agar selalu menjadi yang terdepan.

1.4. Keunggulan Perusahaan

Sertifikasi

Berbagai sertifikasi baik tingkat nasional maupun internasional telah didapatkan oleh PT Bio Farma (Persero) antara lain:

- Sertifikat CPOB (Cara Pembuatan Obat Yang Baik/ GMP – *Good Manufacturing Process*) dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan RI.
- Pengakuan WHO (WHO *recognition*), yaitu dengan didapatkannya prakualifikasi WHO untuk produk-produk vaksin yaitu: Vaksin virus: Polio, Campak, Hepatitis B Uniject dan mOPV-1 (*Monovalen Oral Polio Vaccine* Tipe 1), Vaksin Bakteri: Difteri, Pertussis, Tetanus dan Tetanus dalam kemasan Uniject sehingga termasuk dalam daftar WHO *prequalified products*.
- Sertifikat ISO 9001 untuk Sistem Manajemen Mutu dari Lembaga Sertifikasi *Lloyd's Register Quality Assurance Ltd*, Singapura.
- Sertifikat ISO 14001 untuk Sistem Manajemen Lingkungan dari Lembaga Sertifikasi *Lloyd's Register Quality Assurance Ltd*, Singapura.
- Sertifikat OHSAS 18001 untuk Pengelolaan Keamanan, Keselamatan dan Kesehatan Bekerja dari Lembaga Sertifikasi *Lloyd's Register Quality Assurance Ltd*, Singapura.

Penghargaan dan Prestasi

Berbagai prestasi dan pengakuan di tingkat nasional maupun internasional telah didapatkan oleh Bio Farma antara lain:

- Salah satu pelopor pembentukkan *Developing Countries Vaccine Manufacture Network.*
- Pelopor produksi vaksin dalam bentuk *auto disable prefill injection device*.
- Penunjukan oleh WHO pada tahun 1997 sebagai institusi dalam *International Collaborating Center* untuk mengimplementasikan *Global Training Nework* di bidang pelatihan produksi vaksin sehingga secara berkala menjadi penyelenggara TCTP (*Third Country Training Program*).
- BUMN *Award* pada tahun 2002 dan 2004.
- *The Arch of Europe Award* untuk kategori Mutu dan Teknologi tahun 2002.
- *International Platinum Star* untuk kategori *Quality Business Initiative Direction* tahun 2003.
- *Certificate of Honor* dari WHO pada tahun 2007 kepada Indonesia dan Bio Farma dalam mengimplementasikan penggunaan VVM (*Vaccine Vial Monitor*).
- Penghargaan sebagai BUMN Terbaik kategori Bidang Non Keuangan Sektor Farmasi dan Makanan tahun 2006, 2007 dan 2008 dari Majalah Investor.
- Penghargaan *Zero Accident Award* tahun 2009 dan 2010 dari Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI.

1.5. Sejarah Bagian *Public Relations*

Pada mulanya PT Bio Farma (Persero) tidak memiliki bagian PR (*Public Relations*). Sejak tahun 70-an seluruh pekerjaan yang menjadi *job desk* dikerjakan oleh bagian umum.

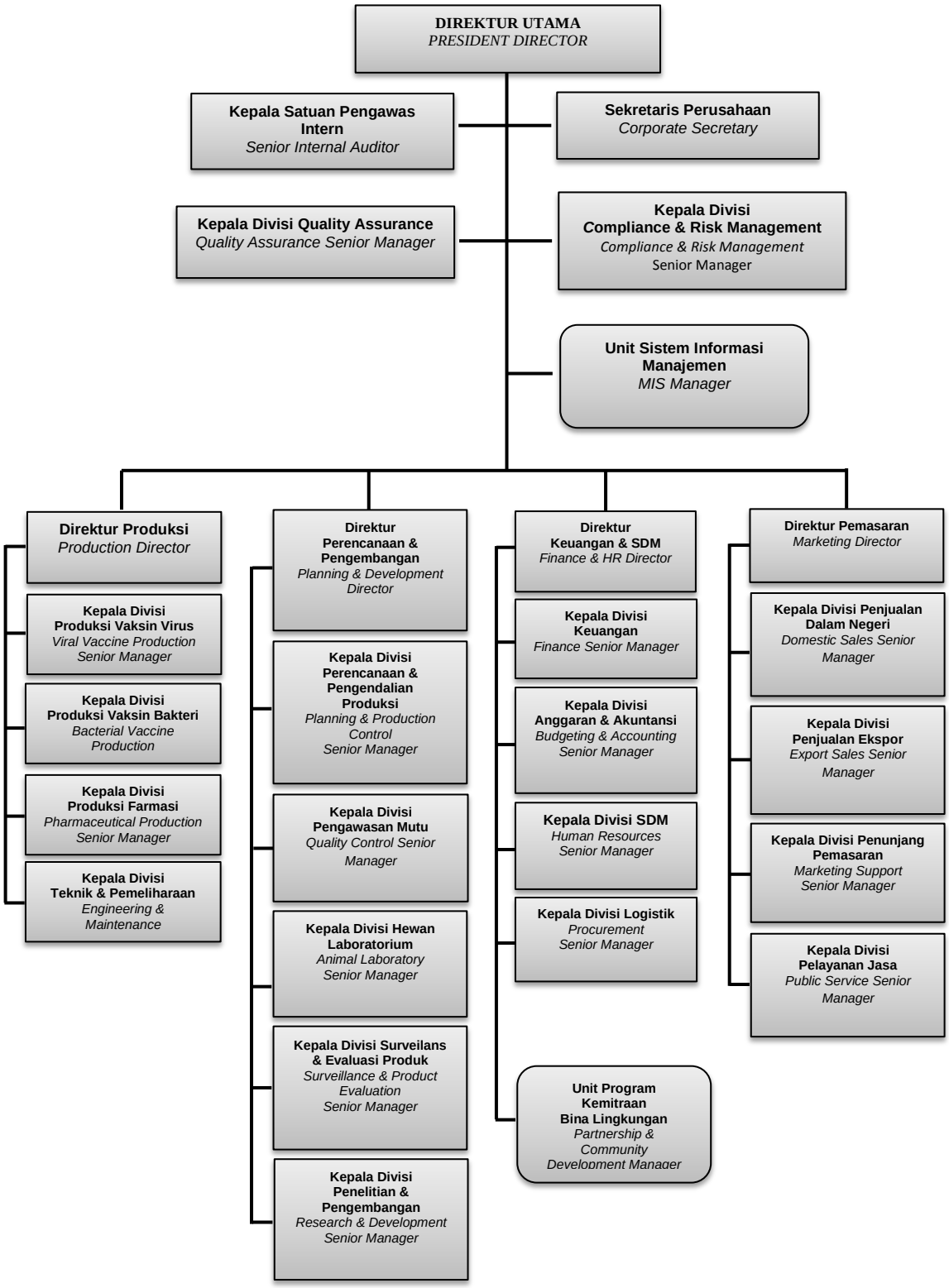
Pada tahun 2005, bagian PR (*Public Relations)* PT Bio Farma (Persero) terpisah dari bagian umum. Hal ini dikarenakan bahwa sebuah perusahaan memerlukan satu gerbang dimana perusahaan tidak hanya berinteraksi dengan pihak dalam perusahaan tetapi juga dengan pihak luar perusahaan. Oleh karena itu, *Public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

Pada tahun 2009, bagian *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terbagi menjadi 3 bagian, yaitu: seksi Internal, seksi Eksternal dan seksi *News and Information Management (NIM)*. 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.

1.6. Struktur Perusahaan PT Bio Farma (Persero)

PT Bio Farma Persero di kepalai oleh seorang Direktur Utama yang di bantu oleh beberapa direktur lainnya seperti Direktur Pemasaran, Direktur Produksi, Direktur Keuangan dan SDM, serta Direktur Perencanaan dan Pengembangan. Selain itu terdapat dewan Komisaris yang melaksanakan tugasnya di kantor perwakilan di Gedung Arthaloka Lt.3 di Jalan Jend. Sudirman No. 2, Jakarta. Berikut ini merupakan gambar struktur Perusahaan PT Bio Farma (Persero):

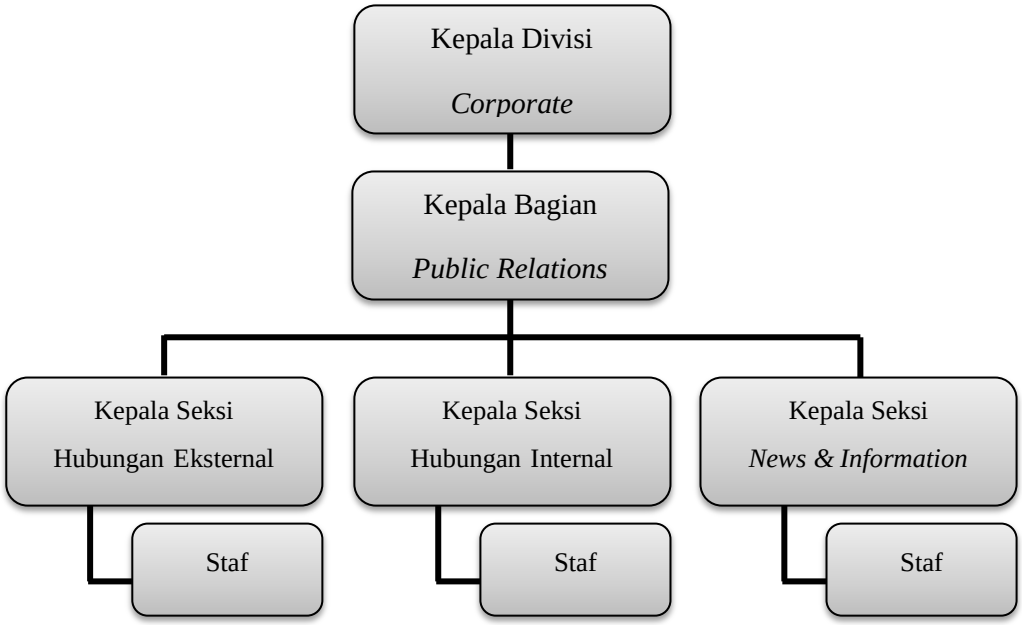
Gambar 1.2
Bagan Struktur PT Bio Farma (Persero)



Sumber: Arsip Dokumen PT Bio Farma (Persero), 2012

1.7. Struktur Bagian *Public Relations*

Gambar 1.3
Bagan Struktur Bagian PR (*Public Relations*)



Sumber: Arsip Dokumen PT Bio Farma (Persero), 2012

Dari gambar di atas, dapat kita lihat bahwa bagian *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) berada di bawah Divisi *Corporate Secretary*. Bagian *Public Relations* itu sendiri dikepalai oleh seorang kepala bagian yang menaungi tiga seksi dibawahnya yakni Seksi Eksternal, Seksi Internal, dan Seksi *News and Information*. Masing-masing dari seksi tersebut juga memiliki kepala seksi dan staff nya masing-masing.

1.8. Job Descriptions

1.8.1. 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 *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 kedalam.	
2.	Menyaring seluruh informasi yang masuk.	Informasi tersaring yang dapat digunakan untuk keperluan perbaikkan.
	Mengadakan kliping.	
	Terima keluhan-keluhan.	
3.	Menciptakan media-media komunikasi dan memelihara.	Adanya *follow up* masalah-masalah komunikasi.
	Mengurangi terjadinya kesenjangan komunikasi, baik internal maupun eksternal.	
4.	Mengumpulkan informasi dari Bagian-bagian atau Divisi-divisi.	Informasi bagi khalayak lebih komprehensif.

5	Memastikan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan yang berlaku di Bagian masing-masing.	Dilakukan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan di Bagian.

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

1.8.2. Staf *Public Relations*

Tugas Utama

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

Rincian Tugas
Tabel 1.2
Rincian Tugas Utama Staf *Public Relations*

No	Rincian Tugas Utama	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1.	Membantu Kepala Bagian dalam membuat rumusan citra perusahaan yang akan 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 perbaikkan.
	Memproses, *filling*, dan distribusi	

	kliping berita perusahaan.	
	Terima keluhan-keluhan.	
3.	Menciptakan media-media komunikasi dan memelihara.	Adanya *follow up* masalah-masalah komunikasi.
	Mengurangi terjadinya kesenjangan komunikasi, baik internal maupun eksternal.	
4.	Mengumpulkan informasi dari Bagian-bagian atau Divisi-divisi.	Informasi bagi khalayak lebih komprehensif.
5	Memastikan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan yang berlaku di Bagian masing-masing.	Dilakukan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan di Bagian.

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

1.8.3. Staf *Public Relations Internal*

Tugas Utama

1. Membantu Kepala Divisi 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 Kelapa Divisi mengenai masalah-masalah komunikasi.
4. Membantu menyediakan berbagai informasi Internal.
5. Membantu Laporan kegiatan *Public Relations*, Triwulan, Semester dan Tahunan.

Rincian Tugas
Tabel 1.3
Rincian Tugas Utama Staf *Public Relations Internal*

No	Rincian Tugas Utama	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1.	Membantu Kepala Bagian dalam membuat rumusan citra perusahaan Internal.	Terbentuknya *company image*.
	Sosialisasi kepada publik internal mengenai citra perusahaan.	
	Membantu Kepala Bagian dalam mensosialisasikan citra perusahaan.	
	Menjalin hubungan komunikasi baik internal.	
2.	Mengumpulkan seluruh informasi yang masuk.	Informasi tersaring yang dapat digunakan untuk keperluan perbaikkan, pelayanan berita melalui internet, *News letter* dan pengumuman.
	Memproses, *filling*, dan distribusi kliping berita perusahaan.	
	Terima keluhan-keluhan.	
3.	Menciptakan media-media komunikasi dan memelihara.	Adanya *follow up* masalah-masalah komunikasi.
	Mengurangi terjadinya kesenjangan komunikasi internal.	
4.	Mengumpulkan informasi dari Bagian-bagian atau Divisi-divisi.	Informasi bagi khalayak lebih komprehensif.
5	Memastikan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan yang berlaku di Bagian masing-masing.	Dilakukan implementasi persyaratan perundang-undangan dan perizinan di Bagian.

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

1.8.4. Staf *Public Relations Eksternal*

Tugas Utama

1. Membantu Kepala Bagian dalam menciptakan dan memelihara suatu citra perusahaan yang akan dibangun ke luar (ekternal).
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 Divisi mengenai masalah-masalah komunikasi.
4. Membantu menyediakan berbagai informasi eskternal.
5. Membuat Laporan kegiatan *Public Relations*, Triwulan, Semester dan Tahunan.

Rician Tugas
Tabel 1.4
Rincian Tugas Utama Staf *Public Relations Eksternal*

No	Rincian Tugas Utama	*Output* Berdasarkan Rincian Tugas Utama
1.	Membantu Kepala Bagian dalam membuat rumusan citra perusahaan yang akan dibangun keluar.	Terbentuknya *company image*.
	Sosialisasi kepada publik ekternal mengenai citra perusahaan.	
	Membantu Kepala Divisi dalam mensosialisasikan citra perusahaan ke luar.	
	Menjalin hubungan komunikasi dengan publik eksternal.	
2.	Membantu membuat materi sosialisasi tentang perusahaan	Sosialisasi kepada masyarakat mengenai perusahaan melalui:

	terkait produk jasa, kontribusi perusahaan terhadap masyarakat.	*Roadshow*, Rubrik di Media cetak, Penerimaan Kunjungan Perusahaan dan *Factory Tour*.
	Membuat *Press Release.*	
	Terima keluhan-keluhan.	
	Membangun dan membina hubungan dengan media dan stake holder.	
3.	Menciptakan media-media komunikasi dan memelihara.	Adanya *follow up* masalah-masalah komunikasi.
	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)

1.8.5. Pelaksanaan *News and Information*

Tugas Utama

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

Rincian Tugas
Tabel 1.5
Rincian Tugas Utama Pelaksana *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 di input ke database berdasarkan klasifikasi subjek.	Daftar catalog buku di database merupakan informasi bagi pengunjung.
4.	Peminjaman dan pengembalian buku atau majalah harus tercatat di database.	Buku yang keluar tercatat dan peminjaan 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.

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

1.9. Sarana dan Prasarana

Kinerja bagian *Public Relation*s PT Bio Farma (Persero) sendiri ditunjang oleh kelengkapan sarana dan prasarana yang cukup memadai. Selain peralatan kantor pada umumnya, bagian *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) juga memiliki fasilitas lainnya yang dapat menunjang kinerja bagian tersebut. Adapun beberapa sarana dan prasarana tersebut antara lain:

Tabel 1.6
Sarana

No.	Inventaris	Jumlah	Keterangan
1.	R. Tamu	1	Baik
2.	R. Rapat	1	Baik
3.	R. Kepala Bagian PR	1	Baik
4.	R. Kepala Eksternal PR	1	Baik
5.	Perpustakaan	1	Baik
6.	Mushola	1	Baik
7.	Pantry	1	Baik
8.	Gudang	1	Baik

Sumber: Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero), November 2012

Tabel 1.7
Prasarana

No.	Inventaris	Jumlah	Keterangan
1.	Lemari besi	6	Baik
2.	Komputer	4	Baik
3.	Laptop	5	Baik
4.	Meja kerja	8	Baik
5.	Kursi kerja	10	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	3	Baik
14.	Infokus	1	Baik
15.	Printer	3	Baik
16.	Scanner	1	Baik
17.	White board	3	Baik
18.	Telepon	4	Baik
19.	Lemari es	1	Baik
20.			

Sumber: Arsip Dokumen Public Relations PT Bio Farma (Persero), November 2012

Selain perlengkapan diatas, perpustakaan PT Bio Farma (Persero) yang merupakan bagian dari bagian *Public Relations* memiliki koleksi buku dengan jumlah yang cukup memadai. Koleksi buku-buku tersebut sebagian

besar berupa buku-buku kesehatan khususnya yang berkaitan dengan vaksin serta pengetahuan umum dan beberapa koleksi buku bacaan ringan yang dapat dibaca oleh seluruh karyawan pada waktu istirahat.

1.10. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan PKL

1.10.1. Lokasi PKL

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

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

Telepon : +62 - 22 - 2033755

Faximile : +62 - 22 - 2041306

Email : mail@biofarma.co.id

Website : www.biofarma.co.id

1.10.2. Waktu Pelaksanaan PKL

Praktek Kerja Lapangan dilaksanakan terhitung mulai dari tanggal 17 September sampai dengan 14 November 2012, dengan waktu kerja, hari Senin sampai dengan hari Jumat mulai pukul 07.00 - 16.00 WIB.