BAB IV

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

4.1 Profil PT. Petrokimia Gresik

PT. Petrokimia Gresik adalah anak usaha dari Pupuk Indonesia. Perusahaan ini bergerak pada sektor industri pupuk serta bahan kimia yang dipasarkan ke seluruh Indonesia. Pada mulanya perusahaan ini dikenal dengan nama Proyek Petrokimia Surabaya. Pembangunan proyek ini berawal dari penandatangagan kontrak di tanggal 10 Agustus 1964, barulah pada 8 Desember 1964 kontrak ini mulai berlaku. Proyek ini kemudian dipatenkan oleh Presiden kedua Indonesia saat itu Bapak H.M. Soeharto di tanggal 10 Juli 1972 yang kemudian tanggal tersebut ditetapkan sebagai hari jadi PT. Petrokimia Gresik.

PT. Petrokimia Gresik memproduksi dua jenis produk yang dipasarkan, yaitu produk pupuk dan non pupuk. Di bawah kategori subsidi yang dikelola oleh Pupuk Indonesia Holding Company, PT. Petrokimia memproduksi pupuk dengan jenis: Urea, NPK (Phonska), SP-36, Petroganik, dan ZA. Kemudian di kategori produk non-subsidi, perusahaan ini memproduksi pupuk dengan jenis NPK Kebomas, DAP, ZK, Petronik Petro Kalimas, KCL, Rock Phosphate, Petro Plus, Petro Biofertil, dan Kapur pertanian.

Dalam menjangkau pasar yang lebih luas perusahaan ini menambah produksinya dengan menghasilan benih unggul yang diberi nama Petroseed dan Petro Hybrid, ada pula decomposer yang diberi nama Petro Gladiator. Tidak hanya itu perusahaan ini juga memiliki berbagai produk probiotik untuk unggas seperti Petro Chick dan Petrofish untuk budidaya ikan maupun udang. Tidak berhenti disitu PT. Petrokimia juga menghasilkan berbagai produk kimia, termasuk Asam Fosfat, Cement Retarder, CO2 cair, Amoniak,

Asam Sulfat, Aluminium Fluoride, Asam Chorida, Dry Ice, Oksigen, Nitrogen, Gypsum dan Hidrogen.

Luas areal dari PT. Petrokimia Gresik sendiri saat ini sudah mencapai 550 Hektar yang terbentang seluruhnya di wilayah Kabupaten Gresik, dengan total produksinya hingga lebih dari 8,9 juta ton/tahun.

4.2 Visi, Misi dan Tata Nilai PT. Petrokimia Gresik

A. Visi

PT. Petrokimia Gresik memiliki visi untuk menjadi produsen pupuk dan produk kimia lainnya yang memiliki daya saing tinggi serta produknya paling diminati konsumen.

B. Misi

1. Mendorong penyediaan pupuk nasional guna terwujudnya program swasembada pangan dalam negeri.
2. Mencapai peningkatan hasil usaha guna mendorong kelancaran kegiatan operasional kerja dan pengembangan usaha.
3. Meningkatkan potensi bisnis guna menunjang industri kimia nasional dan terlibat aktif pada *community development.*

C. Tata Nilai Perusahaan

Tata nilai perusahaan PT. Petrokimia disesuaikan dengan tata nilai yang dianut oleh semua perusahaan dalam naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Nilai tersebut yaitu AKHLAK yang memiliki arti Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif. Berikut penjelasannya:

1. Amanah

Amanah memiliki pengertian berpegang teguh terhadap kepercayaan yang diberikan.

Panduan perilaku:

1. Menepati janji dan berkomitmen;
2. Memenuhi tanggung jawab atas tugas, tindakan, dam Keputusan yang dilakukan;
3. Memegang teguh nilai moral dan etika yang berlaku.

2. Kompeten

Kompeten memiliki pengertian untuk terus mencari ilmu dan meningkatkan kapabilitas diri.

Panduan perilaku:

1. Meningkatkan pengetahuan dan kreatifitas untuk memenuhi tantangan global;
2. Menolong sesama untuk belajar;
3. Menuntaskan tugas dan tanggung jawab dengan maksimal.

3. Harmonis

Harmonis memiliki pengertian saling peduli dan menghormati setiap perbedaan yang ada.

Panduan perilaku:

1. Menghormati perbedaan yang ada tanpa melihat latar belang orang tersebut;
2. Senang menolong orang lain;
3. Menciptakan suasana kerja yang positif.

4. Loyal

Loyal memiliki pengertian berdedikasi dan mementingkan kepentingan bangsa dan negara dibandingkan kepentingan individu.

Panduan Perilaku:

1. Melindungi citra baik dari rekan kerja, pimpinan, BUMN dan NKRI;
2. Rela berkorban demi menggapai tujuan yang bersama;

3. Tunduk kepada pimpinan selama tidak menyimpang dari moral, etika dan hukum di negara.

5. Adaptif

Adaptif memiliki pengertian untuk terus berinovasi serta memiliki antusias tinggi dalam menghadapi perubahan.

Panduan perilaku:

1. Beradaptasi dengan cepat pada lingkungan baru;
2. Berusaha memperbaiki diri dengan terus mengikuti perkembangan zaman;
3. Proaktif dalam bertindak.

6. Kolaboratif

Kolaboratif memiliki pengertian menciptakan kolaborasi yang sinergis dengan semua elemen.

Panduan perilaku:

1. Menggandeng berbagai elemen untuk berkolaborasi bersama;
2. Membuka kesempatan berkolaborasi guna menghasilkan manfaat yang lebih besar;
3. Bersama-sama meningkatkan pemanfaatan sumber daya yang ada.

Sumber: Website Petrokimia Gresik

4.3 Logo PT. Petrokimia Gresik

Gambar 4. 1 Logo PT. Petrokimia Gresik

PT PETROKIMIA GRESIK

Makna dan Filosofi Logo

1. PT. Petrokimia Gresik memiliki logo yang terinspirasi dari kerbau yang memiliki warna unik, yaitu kuning keemasan.
2. Dalam bahasa Jawa kerbau yang memiliki warna kuning keemasan dikenal dengan sebutan kebomas. Kebomas sendiri merupakan daerah di Kabupaten Gresik tempat berdirinya kantor dan pabrik PT. Petrokimia Gresik. Simbol kerbau memiliki makna sahabat petani yang pemberani, loyal, tidak buas, dan giat dalam bekerja.
3. Kelopak daun hijau berujung lima pada logo merepresentasikan kelima sila dari Pancasila. Kemudian pada tulisan PG dalam logo ialah akronim dari nama perusahaan PT. Petrokimia Gresik.
4. Warna kuning keemasan pada gambar kerbau memiliki makna kejayaan, keagungan, dan keluhuran budi. Sedangkan pada warna hijau di kelopak daun mencerminkan sebuah kesejahteraan dan kesuburan.
5. Warna putih yang mengisi kata PG pada logo memiliki makna kesucian dan kemurnian. Sementara garis-garis batas berwarna hitam pada logo bermakna kewibawaan dan elegan.
6. Nama perusahaan berwarna hitam pada logo memiliki arti stabilitas, keyakinan yang teguh, kedalaman, serta nilai-nilai kuat dalam mendukung semua kegiatan kerja.

Sumber: Website Petrokimia Gresik

4.4 Struktur Organisasi PT. Petrokimia Gresik

Untuk menunjang operasional perusahaan PT. Petrokimia Gresik membentuk suatu struktur organisasi. Dimana struktur organisasi tersebut bertujuan untuk mengatur serta menetapkan tugas dan tanggung jawab perorangan didalam mengontrol pekerjaan yang dilakukan. Di PT. Petrokimia Gresik sendiri memiliki tingkatan-tingkatan dalam

struktur organisasinya sebagai pembeda akan tupoksinya masing- masing, berikut penjelasannya:

Tabel 4. 1 Tingkatan Struktur Organisasi

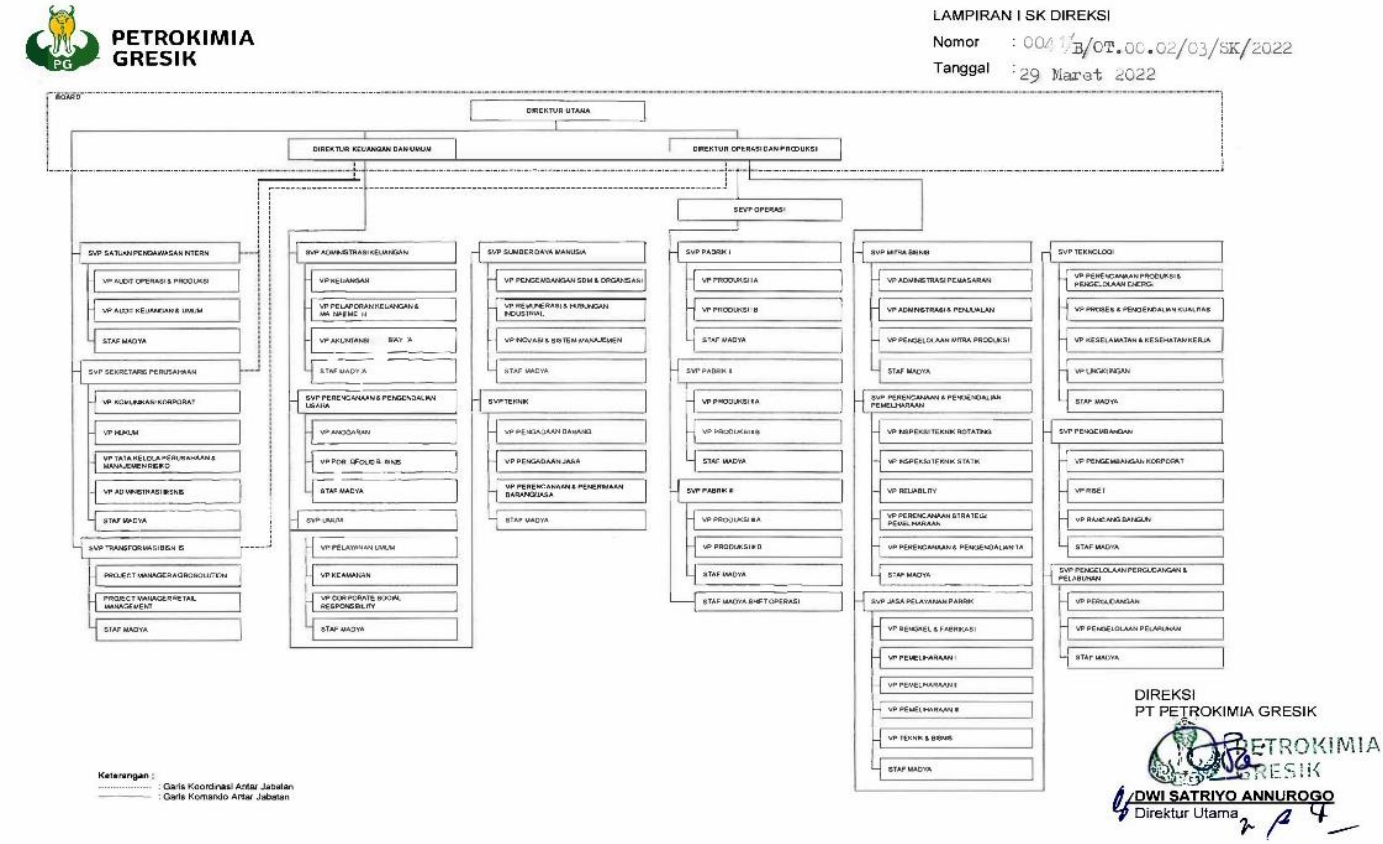
Tingkat	Nama	PIC
Utama	Direktorat	Direktur
Pertama	Kompartemen	Senior Vice President / General Manager (GM)
Kedua	Departemen	Vice President (VP) / Manager
Ketiga	Bagian/Unit	Assistant Vice President (AVP) / Kepala Bagian

Dalam direktorat perusahaan ini, terbagi dalam 3 direktorat, yaitu:

1. Direktorat Utama
2. Direktorat Operasi dan Produksi
3. Direktorat Keuangan dan Umum

Berikut merupakan struktur organisasi yang ada di PT. Petrokimia Gresik:

Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Petrokimia Gresik



Sumber: Website Petrokimia Gresik

4.5 Profil Departemen Komunikasi Korporat

4.5.1 Gambaran Umum Departemen Komunikasi Korporat

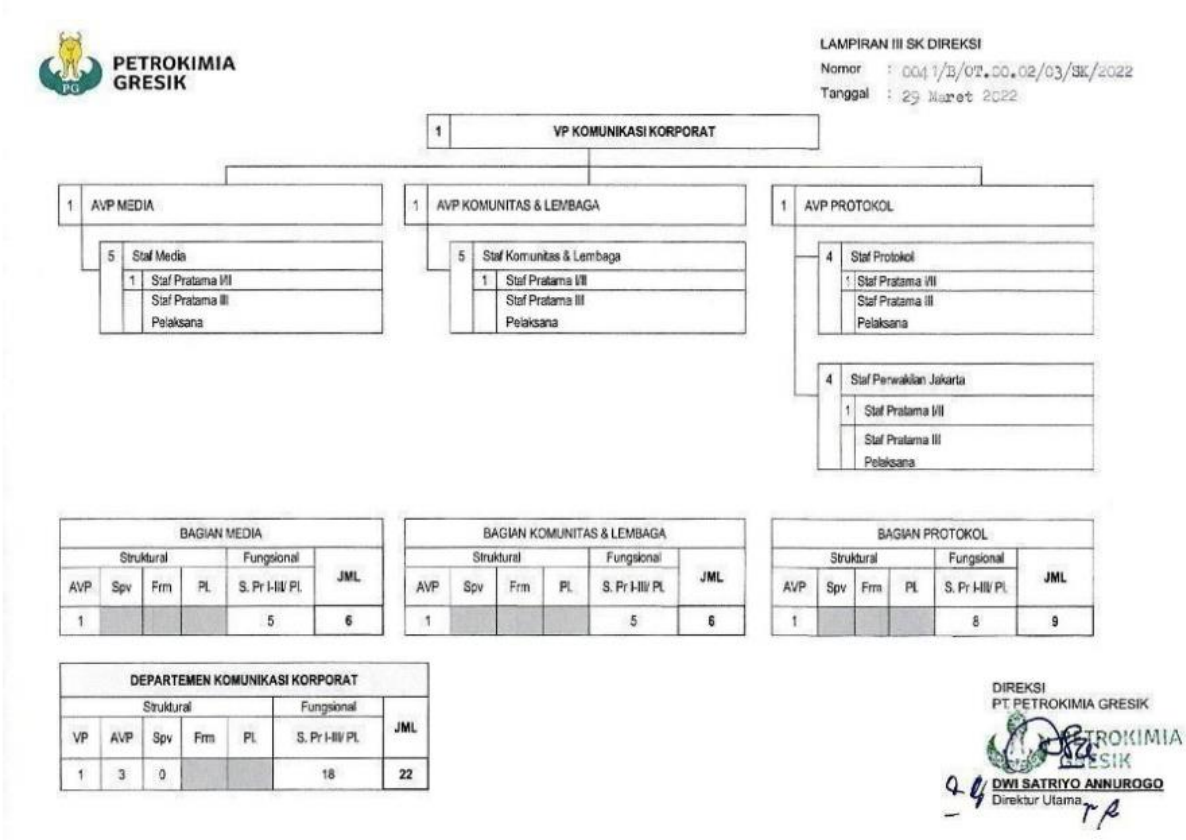
Departemen Komunikasi Korporat atau yang sebelumnya lebih dikenal dengan Humas adalah departemen yang berperan penting dalam membangun, menjaga, dan meningkatkan citra perusahaan. Komunikasi Korporat bertanggung jawab untuk mengkomunikasikan informasi dan pesan-pesan perusahaan kepada berbagai pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Dengan menghadirkan pesan yang jelas dan akurat kepada berbagai pemangku kepentingan, mereka berperan penting dalam kesuksesan jangka panjang perusahaan dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Komunikasi Korporat juga berkomitmen untuk memberikan informasi dan pesan-pesan perusahaan yang akurat, relevan, dan bermanfaat.

4.5.2 Struktur Organisasi Departemen Komunikasi Korporat

Struktur organisasi dalam suatu perusahaan atau instansi dibentuk dengan tujuan agar aktivitas stakeholder tidak saling tumpang tindih. Melalui struktur organisasi diharapkan dapat tercapainya koordinasi yang baik antara setiap unit atau bagian terkait di dalam suatu organisasi, sehingga goals yang diharapkan bersama dapat terwujud.

Struktur organisasi dari Departemen Komunikasi Korporat PT. Petrokimia Gresik merupakan struktur yang fungsional dengan tercermin nilai AKHLAK di dalamnya. Adapun struktur organisasi Departemen Komunikasi Korporat yaitu sebagai berikut:

Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Departemen Komunikasi Korporat



Sumber: Departemen Komunikasi Korporat PT Petrokimia Gresik

4.5.3 Uraian Tugas Pokok dan Fungsi Departemen Komunikasi Korporat

Departemen komunikasi korporat memiliki 3 bagian di dalamnya yang terdiri dari bagian media, bagian protokol dan bagian komunitas & lembaga. Ketiga bagian tersebut memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing yang saling mempengaruhi. Berikut penjelasan tupoksi dari masing-masing bagian:

A. Bagian Media

Bagian Media pada Departemen Komunikasi Korporat bertanggung jawab dalam pengelolaan komunikasi internal maupun ekstemal perusahaan melalui bergam kegiatan media massa, komunikasi kreatif baik audio visul kepada audiens internal maupaun eksternal untuk menjaga hubungan baik guna terbangunya citra positif perusahaan baik diranah publik maupun lingkungan perusahaan.

1. Eksternal – Media Relations

Bertanggung jawab dalam mempertahankan citra perusahaan dengan cara menjalin hubungan baik stakeholder media baik secara kelembagaan maupun personal melalui berbagai program media relation. Serta menyampaikan, memantau, dan mengelola berbagai informasi perusahaan yang berkembang di media massa. Selain itu juga melakukan penanganan atas isu ataupun krisis perusahaan.

Program Media Relation

a. Publikasi Media Massa

- Penyusunan Agenda Setting
- Pembuatan Siaran Pers
- Peliputan Media
- Kerjasama publikasi dengan media lokal maupun nasional

b. KOL SMR KBUMN
c. PMA (Apresiasi Karya Jurnalistik)
d. Media Visit
e. Media Gathering
f. Halal bi Halal Pimred se Jawa Timur
g. Media Relation Pimred
h. Media Outing dan Informal Relation
i. *Crisis Handing*

2. Eksternal – Social Media & Visual Creative

Bertanggung jawab dalam menjaga dan meningkatkan citra positif perusahaan melalui share media (instagram, facebook, twitter, tiktok dan youtube) dan owned media (Website). Serta bertanggung jawab untuk mengemas pesan menjadi audio visual kreatif

Program Social Media & Visual Creative

a. Website
b. Audio Visual Kreatif
c. Media Sosial (Facebook, Twitter, Instagram dan Tiktok)
d. Employee Influencer

3. Media Internal

Bertanggung jawab dalam membuat komunikasi internal kreatif dengan merencanakan, mengolah dan menyampaikan pesan/informasi dalam bentuk audio visual kepada audiens internal, serta mengelola media perusahaan (owned media) yang bertujuan untuk membangun komunikasi di internal perusahaan.

Program Media Internal

a. Majalah Gema
b. Wa Blast
c. Simpel Komkor
d. Desain Internal
e. Cloud Storage
f. Dokumentasi
g. Digital Greeting
h. Video Kreatif
i. Broadcaster
j. Buku Agenda dan Kalender
k. Kampanye Kreatif Internal
l. Event Kreatif Perusahaan
m. Evaluasi Komunikasi Perusahaan
n. PICO
o. Freelance Management

B. Bagian Komunitas & Lembaga

Bagian Komunitas & Lembaga pada Departemen Komunikasi Korporat bertanggung jawab dalam pengelolaan komunikasi dengan stakeholder perusahaan yang meliputi Lembaga Pemerintah, Lapisan Masyarakat, Komunitas maupun NGO di sekitar Perusahaan untuk menjaga hubungan yang harmonis guna mendapatkan Key Opinion Leader (KOL) demi keberlangsungan jangka panjang Perusahaan.

1. Hubungan Komunitas

a. Melakukan kegiatan pembinanan masyarakat sekitar perusahaan (MPS) dengan bebasis peningkatan kapasitas;
b. Melakukan kegiatan lingkungan dan kemasyarakatan;
c. Menyelesaikan keluhan Masyarakat sekitar perusahaan.

2. Hubungan Lembaga

a. Menghandle penerimaan kunjungan insusrti dai berbagai instansi pendidikan;

b. Menjalin komunikasi serta Kerjasama dengan forkopimda, forkopimcam dan NGO.

3. Hubungan Lainnya

a. Pengelolaan administrasi;

b. Kegiatan evaluasi terkait permohonan bantuan dana *stakeholder* terkait;

c. Pengelolaan kerjasama di sponsorship;

d. Hubungan dengan lintas unit.

C. Bagian Protokol

Bagian Protokol pada Departemen Komunikasi Korporat bertanggung jawab dalam mencapai kesuksesan dalam setiap kegiatan Perusahaan yang melibatkan Dewan Komisaris, Diresi, dan tamu Perusahaan, seperti:

1. Mensukseskan kegiatan upacara di Perusahaan
2. Pembawa dan pendamping di kegiatan Perusahaan
3. Menjalankan dan perancangan event Perusahaan
4. Memenuhi kebutuhan tamu (bingkisan dan souvenir)
5. Mengatur jamuan tamu Perusahaan

Sumber: Departemen Komunikasi Korporat PT Petrokimia Gresik