

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan pengumpulan data penelitian dan pembahasan menggunakan teori komunikasi organisasi serta kampanye komunikasi, peneliti mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut. Aktivitas kampanye keselamatan PT KPC terkait program Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) *safety campaign* oleh *Health, Safety, Environment & Security Training and Services Section* kepada karyawan dapat ditarik kesimpulan bahwa divisi *HSES Training & Services Section* telah melakukan praktik kampanye keselamatan dalam bentuk visual, audio dan audiovisual. Seperti penayangan video *safety* di bis karyawan, pemasangan baliho, banner, poster dan spanduk di beberapa spot pada wilayah kerja PT. Kaltim Prima Coal, penyiaran pesan keselamatan lewat radio yang bekerja sama dengan Radio GWP, dan produksi *safety theme* setiap bulannya.

HSES Training & Services Section memiliki media komunikasi baru dalam mengkampanyekan pesan keselamatan dalam bentuk *cover headrest* yang dipasang di sandaran kursi bis karyawan PT. Kaltim Prima Coal serta *HSES Training & Services Section* rutin melakukan *monitoring* atau pemantauan terhadap masing-masing *safety campaign*. Selama satu bulan, HSES-TS rutin melakukan pengecekan terkait kondisi baliho, banner atau spanduk yang terpasang, hingga mendengarkan radio GWP sambil mencocokkan *segment* isi pesan yang disiarkan dengan *list planning* pesan keselamatan yang sudah direncanakan.

Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kelemahan dalam aktivitas praktik kampanye keselamatan oleh tim *HSES Training & Services* beberapa hal yang perlu menjadi perhatian adalah kurangnya perhatian untuk mengoptimalkan program kampanye keselamatan. Pertama, saluran penyiaran video safety melalui TV di area kerja belum sepenuhnya optimal, dengan kesenjangan antara pengiriman video dan penggunaannya di lapangan yang bergantung pada inisiatif dan kebutuhan masing-masing divisi. Kedua, kurangnya pengukuran langsung terhadap dampak kampanye pada penurunan kecelakaan kerja menjadi tantangan tersendiri, karena evaluasi yang ada hanya mencakup monitoring media yang digunakan tanpa evaluasi akurat terhadap pengaruh kampanye tersebut terhadap perilaku keselamatan karyawan. Terakhir, proses otorisasi yang rumit dan kebutuhan akses khusus di area tambang menghambat pemasangan media kampanye di lokasi-lokasi yang memiliki risiko tinggi. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan infrastruktur teknologi, evaluasi dampak kampanye, dan pendekatan yang lebih terintegrasi serta fleksibel untuk mengatasi hambatan ini dan meningkatkan keberhasilan kampanye keselamatan secara keseluruhan.

B. Saran

Dalam konteks akademis, penting untuk terus mengembangkan penelitian lebih lanjut mengenai berjalannya kampanye keselamatan kerja di perusahaan tambang, seperti yang dilakukan oleh PT. Kaltim Prima Coal (KPC). Penelitian ini bisa menjadi dasar untuk memahami lebih dalam berbagai aspek yang mempengaruhi kesuksesan kampanye keselamatan, termasuk metode komunikasi yang digunakan dan respons pekerja terhadap kampanye tersebut. Sebagai langkah konkret,

penelitian lebih lanjut dapat menguji berbagai variabel yang mempengaruhi kesuksesan kampanye, seperti frekuensi kampanye, media yang digunakan, dan partisipasi pekerja. Selain itu, peneliti juga bisa fokus pada evaluasi program kampanye keselamatan yang dilakukan oleh divisi *HSES* perusahaan. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam efektivitas kampanye keselamatan yang berdampak tepat bagi karyawan serta perusahaan.

Secara praktis, berdasarkan temuan penelitian, ada beberapa langkah yang dapat diambil oleh perusahaan untuk meningkatkan proses penerapan kampanye keselamatan mereka. Pertama, perusahaan dapat membuat formulir evaluasi untuk mengukur tingkat kesadaran pekerja terhadap pesan keselamatan yang disampaikan serta kesuksesan metode kampanye yang digunakan. Form ini dapat didistribusikan secara luas melalui email perusahaan sehingga menjangkau semua divisi. Kedua, membuka media komunikasi baru, seperti media sosial, untuk menyebarkan pesan keselamatan. Media sosial memiliki potensi besar dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan memungkinkan interaksi yang lebih langsung dengan karyawan. Ketiga, perusahaan dapat mempertimbangkan pembuatan maskot khusus yang mewakili nilai-nilai keselamatan dan lingkungan perusahaan. Maskot ini bisa digunakan dalam berbagai media kampanye, baik *offline* maupun *online*, dan diharapkan dapat membuat pesan keselamatan lebih mudah diingat dan diterima oleh karyawan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan pesan keselamatan dapat tersampaikan dengan lebih maksimal dan berkontribusi pada peningkatan

keselamatan kerja di perusahaan. Berikut adalah penjelasan rancangan maskot yang dapat Peneliti berikan bagi perusahaan:

Tabel 5. 1 Deskripsi Maskot

Maskot	Deskripsi
	Pak Prima sebagai <i>main mascot</i>, karakter yang mencerminkan kesempurnaan dan kualitas tertinggi. Sebagai bagian dari Sistem Manajemen Prima Nirbhaya, Pak Prima melambangkan dedikasi untuk mencapai standar keselamatan dan lingkungan yang optimal serta menjaga keselamatan karyawan dan kelestarian lingkungan. Dengan demikian, Pak Prima menjadi simbol dari kesempurnaan dalam keselamatan dan lingkungan yang diwakili oleh Prima Nirbhaya.
	Bhumi sebagai <i>secondary mascot</i>, mencerminkan hubungan erat dengan alam (Bumi), mengingat keterkaitannya dengan Sistem Manajemen Keselamatan Pertambangan dan Lingkungan (SMKPL) KPC. Maskot ini diilustrasikan dengan bentuk batubara yang ceria dan prima.
	Bara sebagai <i>secondary post</i>, mencerminkan semangat membara sebagai prinsip dari PT. KPC. Menampilkan bagian lidah api yang terdapat dalam logo PT. KPC.

Peneliti mendapat inspirasi maskot dari Sistem Manajemen Keselamatan Pertambangan dan Lingkungan (SMKPL) yang ada di PT Kaltim Prima Coal, yaitu Prima Nirbhaya. Maskot dapat merepresentasikan keselamatan yang berkaitan dengan lingkungan (Bumi) dan kewaspadaan terhadap risiko dan bahaya pekerjaan, sesuai dengan tujuan dari Sistem Manajemen Prima Nirbhaya.

Ketiga maskot di atas dapat diaplikasikan pada sosial media department HSES Systems dan dapat mengambil materi-materi *safety theme*, *Golden Rules*, atau kampanye keselamatan yang sudah ditampilkan sebelumnya. Selain dapat diaplikasikan dalam konten sosial media, maskot juga dapat diaplikasikan pada *merchandise* seperti *mug*, *T-shirt*, atau *notebook* agar pesan-pesan dari kampanye K3L dapat terpapar secara intens pada para pekerja di PT Kaltim Prima Coal serta bisa meningkatkan manfaat *safety campaign*, dan memberi kontribusi lebih lanjut mengenai praktik terbaik dalam kampanye keselamatan di sektor industri, terutama dalam konteks perusahaan pertambangan batubara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rappana (ed.); 1st ed.). CV Syakir Media Press.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (E. D. Lestari (ed.); 1st ed.). CV Jejak.
- Apriliani, C., Fatma, F., Syaputri, D., Manalu, S. M. H., Sulistuyani, Handoko, L., Tanjung, R., Asrori, M. R., Simangunsong, D. E., Kumala, C. M., Romas, A. N., Situmeang, L., & Firdaus. (2022). *Kesehatan dan Keselamatan Kerja.. Ikthisar* (Afridon (ed.)). PT. Global Eksekutif Teknologi. https://www.google.co.id/books/edition/Kesehatan_dan_Keselamatan_Kerja/k0VkJEAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=overview
- Cambridge Dictionary. (2023). *Cambridge Dictionary*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/miner>
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (H. El Rais, Priyati, & Amaryllis (eds.); 4th ed.). Penerbit Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. E. (2009). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In S. Tjun (Ed.), *Komunikasi dalam sebuah organisasi*. PT. Remaja Rosdakarya. <https://www.scribd.com/document/481330337/ILMU-KOMUNIKASI-Teori-dan-Praktik-Prof-Drs-Onong-Uchjana-Effendy-pdf>
- Hidayat, T. (2019). *Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Penelitian*. 13(1), 104–116. https://www.researchgate.net/profile/Taufik-Hidayat-32/publication/335227300_PEMBAHASAN_STUDI_KASUS_SEBAGAI_BAGIAN_METODOLOGI_PENELITIAN/links/5d58b188299bf151badcdc65/PEMBAHASAN-STUDI-KASUS-SEBAGAI-BAGIAN-METODOLOGI-PENELITIAN.pdf
- International Labour Organization. (2013). *Keselamatan dan Kesehatan Kerja: Sarana untuk Produktivitas* (5). <https://doi.org/10.4337/9781849807692.00014>
- KBBI. (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. <https://kbbi.web.id/harga>
- Maharani, E. P., Lusianti, E., & Cindi, R. R. (2024). Strategi Kampanye Keselamatan Kerja Pt Vale Indonesia. *Hasanuddin Jurnal Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Unhas*, 01(01), 40–51. <https://journal-old.unhas.ac.id/index.php/hikon/article/view/36277/11831>

- Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia. (2016). *Permen ESDM 42-2016 tentang Standarisasi Kompetensi Kerja di Bidang Pertambangan Mineral dan Batubara*. <https://eti.esdm.go.id/v2/wp-content/uploads/2017/07/Permen-ESDM-42-Tahun-2016.pdf>
- Muhammad, G., Suhartanto, U., Sudarwandi, D., Nirwan, K., Ikhsan, Y., Aji, K. B., Setiady, Prasetyono, I., Irfan, M., Kurnia, Y. A., Putra, G. M., & Pardamean, E. (2023). *PRIMA NIRBHAYA MANAGEMENT SYSTEM ELEMENT 1.03 Program Keselamatan Pertambangan, Lingkungan & Pengamanan 2023 Divisi HSES / HSES Division 2023 Mining Safety, Environment & Security Program*.
- Muktamar, A., Ramadani, T. F., Ahmad, & Ardi. (2023). Pengambilan Keputusan Dalam Kepemimpinan. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 1(2), 1141–1158. <https://journal.banjaresepacific.com/index.php/jimr/article/view/196/166>
- Mustajab, R. (2022). *Jumlah Pekerja RI di Mayoritas Sektor Tumbuh pada Agustus*. <https://dataindonesia.id/tenaga-kerja/detail/jumlah-pekerja-ri-di-mayoritas-sektor-tumbuh-pada-agustus-2022>
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2015). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (D. Mulyana (ed.)). PT. Remaja Rosdakarya.
- PT Adaro Indonesia. (2022). *Adaro Services*. [https://www.adaro.com/pages/read/7/23/Adaro Services](https://www.adaro.com/pages/read/7/23/Adaro%20Services)
- PT Kaltim Prima Coal. (2021). *PRIMA NIRBHAYA MANAGEMENT SYSTEM ELEMENT 2.01 Sumberdaya, Peran, Tanggung Jawab, Akuntabilitas dan Wewenang / Resources, Responsibilities, Accountabilities and Authorities*.
- PT Kaltim Prima Coal. (2023). *Keselamatan, Kesehatan, Keamanan (K3)*. <https://www.kpc.co.id/id/keselamatan-kesehatan-keamanan-k3/>
- PT Kideco Jaya Agung. (2021). *Laporan Keberlanjutan 2021 PT Kideco Jaya Agung*. https://www.kideco.co.id/wp-content/uploads/2023/02/KIDECO_SR-2021.pdf
- Riyadi, A., & Khairina. (2022). *Pekerja Tambang di Kaltim Tewas Terlindas Buldoser Saat Tidur*. 1–2. <https://regional.kompas.com/read/2022/11/02/111147478/pekerja-tambang-di-kaltim-tewas-terlindas-buldoser-saat-tidur>
- Rohim, S. H. (2009). *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, & Aplikasi*. PT Asdi Mahastay.
- Ruliana, P. (2016). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus* (2nd ed.). PT RajaGrafindo Persada.

- Sari, W. P., & Soegiarto, A. (2022). Kegiatan Komunikasi dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran dan Mengimplementasikan Keselamatan, Kesehatan Kerja (K3) Guna Mewujudkan Industri Pariwisata yang Aman. *Semnaskom Unram*, 4(1), 289–295.
- Shilvina, W. (2022). *Ada 881 Kasus Kecelakaan Tambang di Indonesia sejak 2013-2021*. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/ada-881-kasus-kecelakaan-tambang-di-indonesia-sejak-20132021>
- Sitoresmi, A. R. (2022). *Profil Berau Coal dan Produksinya, Perusahaan Produsen Batu Bara di Indonesia*. <https://hot.liputan6.com/read/5158155/profil-berau-coal-dan-produksinya-perusahaan-produsen-batu-bara-di-indonesia>
- SUCOFINDO. (2022). *Begini Cara Mendapatkan Zero Accident, Anda Wajib Coba!* <https://www.sucofindo.co.id/artikel-1/kesehatan/begini-cara-mendapatkan-zero-accident-award-anda-wajib-coba/>
- Sulistyo P, B. (2020). Strategi Komunikasi dalam membentuk Budaya Keselamatan kerja melalui Implementasi Observasi PEKA (Pengamatan Keselamatan Kerja) di PT. X. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(1), 1–12. <https://doi.org/10.31599/jki.v20i1.66>
- Venus, A. (2007). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi* (R. Karyanti (ed.)). Simbiosis Rekatama Media.
- Wahyudi, B. Y. E. K. O. (2021). *Ini 5 Produsen Batu Bara Terbesar di Indonesia*. <https://www.fortuneidn.com/business/eko-wahyudi/ini-5-produsen-batu-bara-terbesar-di-indonesia?page=all>
- Wilinny, Halim, C., Sutarno, Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., & Akademi Sekretari dan Manajemen Cendana. (2019). *ANALISIS KOMUNIKASI DI PT. ASURANSI BUANA INDEPENDENT MEDAN*. 3(1), 1–6.

LAMPIRAN

Transkrip Wawancara *Manager HSES Systems*, Gunawan Muhammad

P : Peneliti

GM : Gunawan Muhammad

P : Terus sama sebelumnya, ini ada *informed consent* atau formulir pernyataan persetujuan. Ini bisa diisi nanti aja sih Pak, setelah wawancara. Oke, ini langsung aja ya Pak pertanyaannya. Jadi untuk pertanyaan pertama nih Pak, sebelum masuk ke pertanyaan pertama, mungkin saya mau mastiin dulu nih Pak, kalau melihat dari struktur organisasi yang ada di Departemen HSE sendiri, Pak Gun di sini menjabat sebagai manager HSE Sistem ya Pak? Nah, mungkin pertanyaan pertamanya, menurut Bapak apa sih peran dan tanggung jawab Bapak di dalam departemen ini sebagai manajer? Kayak mungkin lebih ke *job desc* Bapak di posisi ini sebagai apa, terus apa aja yang di-*handle*?

GM : Oke, mengenai peran dari posisi manajer HSE Sistem, kalau fungsi utamanya yang sesuai dengan *job desk* ya, mengelola sistem manajemen K3L dan juga *security* ya yang diserahkan di KPC, kalau dilihat dari struktur organisasi sebenarnya tergambar juga ya, di bawah departemen ini ada 3 *section* ya, jadi aspek pengelolaannya itu di sistem manajemen dan sertifikasinya itu sendiri, jadi kalau di K3 kita sekarang menggunakan ISO 45001 sebagai standar yang digunakan, selain itu kita juga sesuai dengan ketentuan perundangan merujuk ke SMKP ya, yang memang diterapkan di tambang, kemudian masih di sistem manajemen untuk lingkungan, kita ngacuke ISO 14001, kemudian untuk *security*, ada sistem manajemen *security* yang mengacu pada peraturan Kapolri, tapi sifatnya sampai saat ini belum wajib gitu ya, sehingga kita menjalankan sistem manajemennya, tapi tidak melakukan sertifikasi berkala, kalau yang ISO 45001, ISO 14001 itu kita melakukan sertifikasi berkala, kemudian di dalam pengelolaan sistem manajemen K3L dan keamanan tadi, peran yang lain adalah mengelola aspek pelatihan, jadi pelatihan yang berhubungan dengan kompetensi, yang diperlukan untuk aspek K3L dan keamanan, itu dikelola di departemen ICS *system*, kemudian sesuai dengan struktur organisasi juga, yang lain adalah terkait dengan audit internal maupun external, terkait dengan sistem manajemen K3, lingkungan dan keamanan, jadi kalau kita lihat strukturnya kan ada yang di bawah Mas Aji, untuk pengelolaan dokumen sistem manajemen K3L dan keamanan, kemudian untuk pelatihannya ada di bawah Mas Irfan, dan untuk auditnya di bawah Mas Adi, Di luar tugas utama itu, di saya ya, ada tambahan tugas sebagai manajer energi, manajer energi itu merupakan satu kewajiban dari permen ESDM nomor 14 tahun 2012, jadi perusahaan yang menggunakan energi lebih dari 6 juta liter bahan bakar cair selama setahunnya ya, itu wajib menerapkan manajemen energi, nah habis itu kalau 6 juta itu hanya hitungan 3 hari saja sudah menggunakan bahan bakar sebanyak itu, gitu kan. Jadi wajib ya persyaratannya di permen ESDM 14 tahun 2012 itu, perusahaan harus menerapkan manajemen energi dengan cara, jadi ada beberapa poin, yang pertama memiliki manajer energi yang bersertifikat, kemudian memiliki rencana pelaksanaan manajemen energi, kemudian melakukan audit energi, kemudian melaporkan kepada pemerintah setahun sekali, terkait pelaksanaan manajemen energi, ya itu tugas tambahan di saya selaku manager HSE *system*, ada tugas fungsional ya. Kalau dilihat di struktural,

nggak terlihat itu tapi itu fungsional saja, karena sifatnya juga di aspek itu saya mengelola sistem manajemennya juga, jadi terkait bahwa aturan perundangan yang mewajibkan pelaksanaan manajemen energi itu terlaksana di KPC, jadi setiap tahun ada OTP, di OTP-nya *objective* target dan program, di dalamnya juga ada *objective* target program terkait dengan manajemen energi, kemudian kita melakukan audit energi, sekali dalam 3 tahun persyaratannya juga kita melaksanakan seperti itu, seperti itu tugas fungsional tambahannya.

P : Berarti dari yang penjelasannya Pak Gun tadi, tugas sama kewajibannya Pak Gun ini kurang lebih menjalankan peraturan-peraturan yang sudah ada, penerapannya sistem manajemennya ke K3 itu gimana, sama sebagai tadi manajer energi itu ya Pak. Oh ya tadi ini ada pertanyaan yang ketinggalan Pak, itu sudah berapa lama sih Pak Gun bekerja dalam posisi ini sebagai manajer?

GM : Sebagai manager sistem itu sejak 2012, kemudian sebagai manager energinya 1 tahun setelah itu, karena setelah saya menjabat posisi itu, kemudian saya sampaikan ke GM bahwa KPC memiliki kewajiban untuk memiliki manajer energi yang bersertifikat, kemudian sebenarnya saya menyarankan ada orang operasional juga yang menjadi manajer energi, tapi waktu itu didiskusikan dengan KTT, ya sudah dirangkap saja, saya ambil sertifikasi, kemudian ya setelah lulus, ditunjuk sebagai manajer energi.

P : Berarti yang sebagai manager energi hanya Pak Gun saja ya Pak?

GM : Saat ini iya.

P : Oh oke. Terus lanjut nih Pak ke pertanyaan kedua, itu tentang bagaimana sih proses umum dalam menyusun program K3 di PT KPC ini mungkin dari Bapak sendiri, ada nggak sih taktik atau cara pembuatan pesan atau informasi terkait program K3 tadi sebelum disampaikan ke karyawan?

GM : Oke, jadi kalau di KPC ini juga merujuk ke standar yang kita gunakan ya di ISO 14.001, ISO 45.001, kemudian juga SMK3. Jadi proses untuk *mendevlop* program itu, kalau proses yang langsung menuju ke programnya yang paling dekat adalah kita *mendevlop* objektif dan target dulu. Jadi tujuan dan sasaran dari keselamatan, pengelolaan lingkungan, keamanan itu kita tetapkan dulu, objektif dan targetnya apa saja yang akan kita bayangkan untuk dicapai di tahun depannya. Kemudian objektif dan target itu disampaikan ke divisi dan ke kontraktor, jadi ke GM dan ke PJO dengan catatan di sana tentang kinerja tahun sebelumnya seperti apa, kemudian tantangan di tahun depannya seperti apa dan kemudian KTT menetapkan objektif dan target tahun depannya. Di surat yang digunakan untuk menyampaikan informasi itu, KTT juga meminta agar GM, Manager, dan PJO menyusun program untuk mendukung ketercapaian dari objektif target yang sudah ditetapkan. Jadi prosesnya di KPC seperti itu, program itu nanti bisa spesifik di masing-masing divisi dan kontraktor, tapi intinya harus mendukung ketercapaian objektif dan target yang ditetapkan. Bagaimana menetapkan objektif dan target itu sendiri, proses belakangnya itu didominasi sebenarnya dengan proses *management review*. Jadi di akhir tahun itu ada proses yang memang dipersyaratkan oleh standar ISO

maupun SMKP, jadi harus dilakukan *management review* yang dilakukan oleh top manajemen untuk melakukan diskusi terkait dengan kinerja sebelumnya, kemudian konteks organisasi kedepannya seperti apa, kemudian objektif dan target yang akan dicapai kedepannya seperti apa, nah itu secara umum disiapkan di *management review* tersebut. Fungsi di HSE system ini adalah menyajikan informasi tentang kinerja tadi yang kemudian akan dibahas di *management review*, jadi tentang kinerja K3, lingkungan, keamanan, itu seperti apa, kemudian juga karena waktunya pendek ya manajemen review kita biasanya juga menerapkan tentang *internal* dan *external issue* supaya pertemuannya juga lebih produktif ya, dibahas satu per satu tanpa ada *draft* itu biasanya lama waktunya, karena yang ikut dalam rapat ini penentuan objektif & target juga cukup banyak yah, mulai dari *manager* dan seluruh *superintendent* yang ada di divisi HSES Systems, lalu nanti akan disampaikan ke *top management* di *Management Review* tadi, lalu disetujui atau disahkan oleh *General Manager HSES Division* dan juga KTT, atau Chairman KPC sendiri, Pak Edo, yah.

Jadi fungsi di HSE system kita membuat nge-draft-kan tentang isu *internal*, isu *external*, terus seperti apa, kemudian poin-poin apa yang harus ditetapkan di *management review* kita rinci juga beberapa hal, nanti tinggal diputuskan saja di situ, misalkan tentang kebijakan, itu kan harus ada review di dalam proses meeting itu, kemudian ditetapkan ada proses perubahan atau tidak gitu ya, biasanya kita *draft*-kan juga misalkan kita tahu bahwa di tahun 2023 itu visi-misi, visi ya terutama, visi KPC kan berubah ya, berarti kan pasti ada perubahan di dokumen kebijakan itu terkait dengan visi, dan kemudian terjemahan ke kebijakannya apa, juga kita *draft*-kan juga, kemudian nanti di meeting *management review* itu tinggal ketuk palu saja, jadi cukup strategis ya, peran dari departemen HSE system itu, kita harus memberikan *feedback* ke manajemen tentang kinerja, kita harus membuat *draft* tentang perencanaan ke depan sehingga *meeting-meeting* dengan top manajemen itu bisa lebih efektif ya, dengan apa yang harus diputuskan itu kita sudah sajikan pertimbangan apa yang diperlukan.

P : Terus dari proses-proses yang tadi Pak Gun jelaskan itu, ini lanjut ke pertanyaan ketiga, bagaimana sih caranya Pak Gun mengkomunikasikan pesan atau program K3 tadi yang sudah direncanakan kepada para pekerja dengan cara yang mudah dipahami dan bisa membuat mereka itu bisa beradaptasi di lingkungan kerjanya masing-masing sesuai sama tanggung jawabnya?

GM : Kalau program itu di KPC terkait keselamatan memang cukup banyak ya, itu sesuai dengan peran masing-masing sebenarnya. Jadi yang pertama adalah proses untuk rasa kepemilikan program itu bisa diperoleh oleh masing-masing organisasi, yang penting sehingga proses tadi yang secara KPC lihat kita menyiapkan itu objektif target, dan dengan objektif target yang ditetapkan itu masing-masing divisi dan kontraktor kita minta untuk men-*develop* programnya sehingga mereka akan melakukan pertemuan internal untuk menyesuaikan dari kinerja secara umum di KPC seperti ini,

Itu kan sudah kita sajikan ya, di saat diskusi internal itu mereka harus melihat kondisi spesifik di masing-masing organisasi, jadi bisa jadi ada divisi yang sudah cukup *advance* untuk pengolahan aspek *public* misalkan itu ya, tapi bisa jadi di kontraktor atau divisi lain

masih lemah di situ, seperti itu yang kita berikan metode untuk men-*develop* program seperti itu, harapannya masing-masing divisi dan kontraktor itu akan punya program yang sangat sesuai dengan situasi kondisi mereka dan rasa kepemilikan terhadap implementasi programnya jadi lebih tinggi karena itu memang mereka diskusikan secara internal ya, itu yang program-program spesifik, tapi kalo program-program yang umum seperti pelatihan, itu kan memang disiapkan dari sini ya, dari PRINASA, kemudian OSN, nah itu upaya yang dilakukan di pusat dan bar ini di ICI *system* kita mencoba untuk memberikan fasilitas yang memudahkan gitu ya, kayak PRINASA itu dulunya kan masih manual, pakai *paper*, kemudian banyak hal yang bisa dimanipulasi kalau si pelakunya ini tidak memiliki tanggung jawab yang cukup untuk memahami bahwa fungsinya ini apa sih gitu, nah itu kita fasilitasi dengan aplikasi yang memudahkan juga untuk proses laporannya ya, tapi juga menjaga agar standar yang ditetapkan dalam program ini bisa dilakukan dengan baik oleh para pelaku PRINASA itu sendiri. Kemudian yang penting lagi adalah memberikan *feedback* ke manajemen terkait ya, jadi setiap minggu minimal ya, kan kita ada EXCO meeting yang dihadiri oleh eksekutif dan ya eksekutif ya, apa sih GM, CEO, COO bahkan presdir juga ada di situ, jadi selalu kita hadirkan statistik kita, jadi statistik oleh indikator, maupun leading indikatornya, sehingga manajemen itu mendapatkan umpan balik ya dari situasi yang ada terkait dengan program-program tadi, efektivitasnya, pencapaiannya seperti apa, sehingga kalau ada yang perlu *disupport* atau ada *concern* dari *top management* juga akan bisa langsung didiskusikan dan ditetapkan *action plan*-nya gitu ya.

P : Oke, berarti kalau dari penjelasannya Pak Gun tadi, untuk biar karyawan itu bisa beradaptasi terus semakin paham sama program K3, dari HSE *system* sendiri udah buat point besarnya gitu, terus nanti di *sounding* ke divisi-divisi sama kontraktor, nanti mereka yang *mendevelop* poin besar tadi ya Pak, biar tumbuh rasa *sense of belonging* gitu ke programnya K3. Oke

GM : Kalau yang ini ya, itu ke level manajemen levelnya gitu ya, kalau ke karyawan yang di level pekerja lapangannya yang paling akan menyentuh mereka ya program-program kampanye kita ya, jadi kampanye-kampanye yang harus dilakukan melalui berbagai media itu, itu ya kita sesuaikan dengan kebutuhan situasi, kondisi, kita sampaikan melalui berbagai media yang paling rutin ya, lewat radio ya, radio FM, kemudian tema keselamatan, harian mingguan dan bulanan yang harus disampaikan oleh supervisor ataupun manajemen setempat terhadap seluruh karyawannya, saat *safety talk* itu juga penting ya untuk menjaga mereka selalu *aware* bahwa aspek keselamatan itu diatur dan menjadi komitmen dari KPC gitu ya. Kita terus mengembangkan ya media-media yang kemudian bisa membantu agar ketersampaian informasi ke *floor* itu, itu bisa lebih baik jadi melalui berbagai hal ya, ada video di bus, kemudian beberapa tempat mengerahkan, jadi membacakan secara berkala di *workshop* terkait dengan pesan-pesan keselamatan menggunakan ya penggerak suara yang di tempat itu gitu ya, ya itu kemudian pemasangan *sign-sign* tentang keselamatan, poster-poster keselamatan, yang akan nampak di mereka itu adalah hal yang visual gitu ya. Salah satu program kita sebenarnya PRINASA itu juga upaya kita supaya mereka yang ada di lapangan itu juga menangkap komitmen yang tinggi dari manajemen tentang keselamatannya karena PRINASA ini di desainnya kan melakukan dialog ya, ada interaksi langsung antara PRINASA Auditor

dengan *Auditee*. Jadi disitulah harapannya dari diskusi antara *Auditor* ke *Auditee*, *Auditee* jadi menangkap bahwa manajemen itu memiliki kepedulian yang tinggi terkait dengan keselamatan mereka, kemudian memiliki komitmen untuk memfasilitasi agar mereka bisa bekerja dengan selamat, dan itu sebenarnya yang kita dorong *tools behavior be safety* dengan PRINASA itu, harapannya memang itu, makanya PRINASA itu memang didesain pelakunya adalah level manajemen ya, karena memang tujuannya untuk supaya kehadiran top manajemen di lapangan itu bisa dirasakan oleh pekerja, kemudian yang didiskusikan juga aspek keselamatan sehingga tertanam juga di pekerja bahwa keselamatan itu bukan hanya di kertas, di kebijakan, tapi juga memang ditunjukkan ya, dan perhatian manajemen ke bawah itu yang penting. Kemudian yang baru-baru ini kita gaungkan itu tentang ikrar keselamatan itu ya, kita minta untuk dibacakan di setiap *safety talk* dan pertemuan-pertemuan yang lain, dan harapannya juga selalu mengingatkan dan menanamkan di bawah sadar ya, bahwa apa aja sih yang aspek keselamatan yang perlu kita perhatikan dan menjadi komitmen bersama, karena kita ucapkan bersama-sama ya, dan harapannya juga ketika hadir karyawan baru, kontraktor baru itu juga mereka akan cepat mendapatkan kesan bahwa penerapan keselamatan itu di KPC menjadi sangat penting, karena kan bisa aja aturan dibuat ketat, kayak di jalan raya misalkan ya, itu kan kepatuhan terhadap rambu *stop* misalkan ya, itu kan nggak sama dengan yang ada di area KPC, ada rambu *stop*, masih aja ngelihat kiri-kanan tidak ada yang lewat ya bablas, kalau di KPC kalau *stop* itu ya, *stop*, ga peduli kiri-kanan ada yang mau lewat atau engga, seperti itu sih.

P : Terus kalau yang dari PRINASA itu juga Pak, kemarin kan saya sempat ikut *training* PRINASA sama Pak Aji, sama Mas Gumilang juga, nah itu kalau mungkin dari tambahan penjelasannya Pak Gun Juga berarti PRINASA sendiri ini sebagai *tools* untuk mendekatkan antara manajemen sama pekerja yang langsung ya Pak, yang di lapangan, nah itu juga mungkin tujuannya biar menumbuhkan rasa *care*-nya karyawan atas keselamatan mereka sendiri, karena dalam proses PRINASA sendiri memang tidak ada dikasih *pressure* atau sanksi gitu ya Pak?

GM : Iya, bener.

P : Terus untuk pertanyaan selanjutnya nih, Pak Gun kan tadi ada *mention* sedikit soal perubahan visi ya Pak, dari Pak Gun sendiri biasanya gimana sih Pak cara berkomunikasi dengan karyawan ketika ada perubahan kebijakan atau perubahan visi tadi di perusahaan terkait K3, apakah Pak Gun sendiri punya pendekatan khusus untuk menjelaskan alasan kenapa sih ada perubahan ini di KPC sendiri?

GM : Ya, tentang perubahan itu kalau di KPC kita merujuk ke ISO 14001 maupun 45001 memang ada klausul yang bicara tentang manajemen perubahannya. Di KPC juga di dokumen MSE, *Management Safety Element* itu sudah dicantumkan ya bagaimana kita melakukan manajemen perubahan. Jadi ketika melakukan perubahan tentu harus ada proses studi dulu ya, dari perubahan itu nanti dampaknya kemana, kemudian dilakukan penilaian risiko juga, kemudian dilihat dari perubahan itu dampaknya akan kemana saja. Bisa jadi satu perubahan itu nanti berdampak ke revisi prosedur-prosedur yang ada, bisa juga harus merubah proses-proses yang terkait. Nah itu dari sisi ini ya, analisa risiko terhadap terjadinya perubahan itu sendiri, kemudian setelah dinyatakan memang layak

untuk dieksekusi, ada proses untuk sosialisasi ya, proses sosialisasi itu sendiri kita menggunakan formulir yang sudah ditetapkan juga. Jadi ada formulir untuk manajemen perubahan yang harus diisi, yang disana sudah menyebutkan latar belakang dari perubahan, kemudian tujuan dari perubahan, apa yang ingin dicapai dari perubahan.

Kemudian juga dituliskan di situ tentang dari perubahan ini seberapa besar, kemudian juga ditulis di bawahnya ada perubahan itu akan berdampak terhadap apa saja. Untuk perubahan SOP, kalau SOP apa yang berubah, kemudian dokumen-dokumen lainnya yang berubah apa, apakah ada perubahan dari sisi organisasi, misalkan ini semuanya sudah ditulis di situ, kemudian yang penting juga informasi perubahan ini perlu disampaikan ke siapa. Sudah ada di dalam formulir itu sehingga target untuk mengedarkan formula itu sendiri juga sudah harus diidentifikasi dari awal, sehingga perubahan itu akan dipahami oleh orang-orang yang memerlukan. Kemudian ada proses juga untuk evaluasi efektivitas dari perubahan, jadi di dokumen yang sama itu ada misalkan statusnya harus uji coba ditetapkan uji cobanya dari kapan sampai kapan, kemudian paling terakhir ada itu evaluasi terhadap efektivitas perubahan. Perubahan yang dilakukan itu sesuai dengan tujuannya, apakah tercapai, ataukah ada risiko lain yang sebelumnya tidak teridentifikasi, itu prosesnya dilakukan pada saat evaluasi. Jadi kalau strategi secara pribadi ini sebenarnya nggak terlalu berbeda, kita mengikuti *flow* yang sudah ditetapkan dalam sistem manajemen tentang pengelolaan perubahan. Dengan standar seperti itu, setiap lakukan fungsinya sistem manajemen itu menjaga agar apa yang kita lakukan itu tercatat dan apa yang kita tuliskan itu terimplementasi. Jadi bagaimana menjaga konsistensi dari pelaksanaan maupun dokumentasinya.

P : Berarti lebih ke mengikuti alur *flow* yang sudah ada ya Pak, lewat formulir, yang tadi kan di formulirnya sendiri sudah ada mulai dari latar belakang sampai evaluasinya itu. Terus Pak, mungkin dari perubahan kebijakan itu, bagaimana sih caranya Pak Gun sendiri menangani kalau ada pertanyaan atau kekhawatiran dari karyawan sendiri terkait perubahan kebijakan tersebut?

GM : Ya, itulah pentingnya ada riset sesuatu terhadap perubahan yang kita lakukan. Sehingga kita sendiri sebagai yang menginisir perubahan atau yang mengelola proses terhadap perubahan itu itu memiliki dasar yang sudah kuat dari kita sendiri. Perubahan ini tadi kan cukup rinci ya, latar belakangnya apa, tujuannya apa, perubahannya seperti apa, dengan risiko apa yang akan timbul itu semuanya sudah diidentifikasi dulu kan. Sehingga ketika ada pertanyaan yang kita tinggal kembali ke apa yang sudah kita identifikasi ya. Jadi kita tidak mengada-ada harus mencari alibi yang lain-lain. Jadi kita jelaskan aja bahwa apa yang sudah dituliskan dalam dokumen manajemen perubahan itu ke mereka yang masih mungkin belum paham ya. Kalau misalkan ada yang perlu dijelaskan ya, kita jelaskan lebih rinci. Tapi pada intinya ketika perubahan itu disosialisasikan, kita sudah yakin bahwa ini memang sudah dilakukan identifikasi dengan matang gitu ya. Meskipun tadi yang di bagian terakhir masih ada evaluasi ya, bisa jadi yang *feedback* dari pihak lain itu sesuatu yang baru atau belum teridentifikasi sebelumnya. Kalau *case*-nya seperti itu, kita harus terbuka juga. Maksudnya apakah kita harus melakukan modifikasi, atau harus melakukan perbaikan di bagian mana. Seperti itu

kita juga terbuka juga untuk *input-input* yang sekiranya memang belum diidentifikasi sebelumnya.

P : Berarti untuk cara penanganannya lebih ke memastikan yang harus dibuat itu harus punya fondasi yang kuat ya Pak? Biar mungkin untuk meminimalisir kekhawatiran dari karyawan sendiri.

GM : Ya dan satu lagi yang penting dalam manajemen risiko sendiri pada saat resesmen ini melibatkan semua pihak yang akan terdampak ya. Jadi ada perwakilan dari pihak-pihak yang akan terdampak sehingga *concern* yang ada dengan cara itu harusnya sudah tercover ya pada saat diskusi awal resesmen itu. Itu juga bagian pentingnya supaya perubahan itu bisa dipastikan sudah mencakup *concern* dari pihak-pihak yang terkait gitu.

P : Berarti ada perwakilan-perwakilan gitu ya Pak dari tiap diskusinya?

GM : Iya betul.

P : Oke, terus lanjut nih Pak. Ada nggak Pak langkah-langkah yang diambil oleh Pak Gun sendiri untuk menciptakan lingkungan di mana karyawannya Pak Gun itu bisa merasa nyaman dalam memberikan *feedback* yang jujur terkait program K3 yang ada di KPC?

GM : Oke, karena mengikuti *flow* yang ada di sistem manajemen kita di Prima Nirbhaya, itu kan evaluasi itu dilakukan berjenjang ya. Jadi ketika yang di evaluasi adalah program, karena tadi program kandi *develop* oleh masing-masing divisi ya, itu masing-masing divisi harus mengevaluasi juga ketercapaian dari objektif target yang untuk mencapainya di bawah program yang mereka siapkan itu, ketercapaiannya seperti apa, itu ada kewajiban di divisi dan kontraktor untuk melakukan evaluasi. Kemudian di HSE sendiri juga akan mengukur ketercapaian objektif target secara keseluruhan KPC. Jadi dari masing-masing divisi dan kontraktor tadi, mereka kan berkontribusi ya terhadap ketercapaian masing-masing objektif target itu seperti apa, itu ada di tabel yang di Exco Mingguan itu juga ada, ketercapaiannya seperti apa. Ya di situ sebenarnya masing-masing divisi sudah melakukan evaluasi sendiri, tinggal kita menggabungkan keseluruhan evaluasi itu dalam pencapaian secara keseluruhan KPC. Tapi untuk keperluan KTT mengidentifikasi prioritas ya terhadap objektif target tadi, seperti apa di masing-masing divisi kita juga menyajikan informasi yang baik di divisi ya, sehingga KTT bisa melihat bahwa untuk objektif target dan program ini yang sudah kuat di divisi mana, sehingga KTT bisa memberikan penekanannya. Karena kan secara hirarki di struktur organisasi KPC, semua program keselamatan itu penanggung jawabnya KTT, sehingga fungsi Departemen HSE *System* ini memberikan bahan lah ya untuk umpan balik dari apa yang kinerja-kinerja yang ada melalui KTT, sehingga KTT nanti bisa dengan kewenangannya ya bisa memberikan *feedback* ke PM, ke kontraktor melalui PJO nya gitu ya. Jadi, seperti itu peran di HSE *System*.

P : Terus kan tadi Pak Gun ada *mention* soal *feedback* nik, Pak. Nah dari *feedback* karyawan itu sendiri, caranya Pak Gun untuk memastikan apa yang sudah

dikomunikasikan sama Pak Gun sendiri atau manajemen itu efektif dan berhasil ke para karyawan itu gimana Pak, selain dari evaluasi mungkin?

GM : Kalau yang di lapangan operasional kita melakukan *monitoring* yang cukup tetap juga ya, misalkan yang ditemukan di tempatnya Mbak Ika, di tempat Mbak Nana, jadi ketika misalkan ada hasil *report* gitu, kita benar-benar pantau sampai hasil *report* ini *close* gitu ya, dan apakah tindak lanjut terhadap hasil investigasi hasil *report*-nya itu sudah memadai, itu juga kita berikan *feedback* ya, jadi untuk menjaga agar apa yang sudah ditetapkan di dalam standar kita, prosedur kita itu dilakukandengan baik, untuk beberapa hal yang kritical ya, seperti *close* terhadap rekomendasi hasil *report*, itu benar-benar kita pantau melalui tempatnya Mbak Ika, kemudian tentang investigasi kecelakaan, itu juga dipantau di tempatnya Mbak Nana dan Mbak Ika gitu ya, jadi memang ada beberapa hal yang *feedback*nya itu ke manajemen, dan juga ada *feedback* yang bertanggung jawab dari satu pelanggaran gitu ya, itu juga kita pantau untuk memastikan program-program yang kita jalankan efektif ya, dan bisa menjadi perhatian sampai ke bawah, seperti kita menghubungkannya ke ada *LTI Award* gitu ya, itu kan kita hubungkan dengan keterpenuhan dari kewajiban di departemen untuk meng *close out*, untuk menyelesaikan rekomendasi hasil *report* misalkan gitu ya, jadi yang seperti itu kita harapkan juga akan menjadi perhatian khusus ya, baik di manajemen maupun di karyawan yang ada di lapangan juga, karena ketika misalkan mereka sudah mengetahui ini, harusnya kita sudah mendapatkan *LTI Free* untuk sekian juta *main hours* gitu ya, tapi kenapa ini kok nggak keluar-keluar memo-nya gitu ya, nah itu hal yang bisa menganjali itu kalau tanggung jawab mereka untuk menyelesaikan rekomendasi itu belum selesai, sehingga kalau kita lihat dari komentar-nya seperti praktisioner itu ya, mereka yang dikejar-kejar gitu ya, tim yang di lapang itu, kenapa ini belum keluar.

Kemudian dijelaskan masih ada tanggung jawab kita yang belum selesai gitu ya, sehingga itu rasa kepemilikan terhadap menyelesaikan tugas-tugas yang ada di departemen, di divisi itu, dirasakan juga oleh seluruh karyawan di divisi departemen itu.

P : Berarti caranya tadi lebih ke evaluasi dengan *monitoring*-nya Pak?

GM : Iya benar.

P : Terus untuk memastikan nih Pak, tadi kan ada juga Pak Gun *mention*, memastikan kalau program K3 ini sampai ke karyawan, terus bisa menumbuhkan rasa *care* sendiri dari karyawan itu tumbuh di dirinya sendiri. Nah itu kan pasti butuh karyawan-karyawan yang punya kriteria khusus nih Pak.

Nah kalau dari Pak Gun sendiri, ada enggak Pak cara untuk menetapkan kriteria atau untuk memilih pemateri program K3 ini ke karyawan itu gimana? Mungkin lewat pas proses *recruitment* itu ada kualifikasi-kualifikasi khusus nggak Pak? Yang Bapak inginkan untuk membuat program K3 sendiri.

GM : Untuk memastikan ketersampaian informasi-informasi itu melalui pihak-pihak yang harus menyampaikan ke karyawan. Dan itu memang kita sudah desain juga untuk misalkan pelatihan. Pelatihan keselamatan itu harus disampaikan oleh personil yang

sudah ditunjuk. Jadi tidak bisa disampaikan oleh sembarangan orang. Jadi ketika pelatihan *hazard identification* gitu ya, nah itu kan dari personil yang sudah berpengalaman.

Saat ini ada ini ya di kedua belah, maksudnya ada yang di pusat di sini, ada teman-teman *trainer* yang memang tugasnya menyampaikan itu. Tapi kita juga memberikan kewenangan kepada personil di divisi untuk menyampaikan training itu. Tapi mereka harus melalui satu tahapan ya prosesnya. Mereka harus *zip-in* dulu di kelasnya yang ada di *Tango Delta*. Kemudian diminta untuk menyampaikan materi, tapi masih didampingi. Sehingga nanti bisa diberikan *feedback* apa yang kurang, apa yang sudah baik. Kemudian setelah dinyatakan sudah memadai kompetensi untuk menyampaikan materi itu, mereka diberikan kewenangan untuk menyampaikan materi itu di divisinya atau pun di kontraktor. Beberapa kita juga memberikan kewenangan di kontraktor. Kemudian untuk yang sifatnya penyampaian materi tema umum yang hari-hari, mingguan, bulanan, kita juga tidak lepas begitu saja. Ada pelatihan juga yang diberikan oleh *Tango Delta* ke pengawas. Ada kewajiban salah satu pelatihan wajib bagi pengawas itu tentang *conducting safety talk*. Jadi, bagaimana mereka melakukan persiapan, menyiapkan materinya, memilih materi, dan menyiapkan kelengkapan yang diperlukan untuk media dalam mereka menyampaikan itu sudah diajarkan. Kemudian bagaimana menyampaikan tema keselamatan atau informasi keselamatan itu dengan efektif. Kemudian dengan mendokumentasikan prosesnya, itu juga diajarkan di sana. Jadi, sudah dirancang satu standar yang digunakan untuk menjaga agar kualitas penyampaian informasi keselamatan itu bisa sesuai dengan yang diharapkan melalui beberapa level tertingkatan kewajiban penyampaian. Ada yang tadi kalau materinya cukup *complicated*, itu kita memang didesain yang bersangkutan sudah melalui proses menjadi *trainer* untuk materi itu. Yang sekarang itu sudah ada diberikan ke divisi itu, beberapa personil di divisi itu. *Asset identification*, kemudian terkait dengan *practice management*, karena jumlah personil yang harus di *cover* dengan training itu kan banyak. Jadi kalau dilakukan di internal divisi dengan *resource* internal mereka itu di mereka pelaksanaannya lebih fleksibel ya menyesuaikan dengan ketersediaan waktu, kru, gitu jadi seperti itu sih.

P : Berarti kalau dari Pak Gun sendiri, ini fokus ke *trainer-trainer* yang ada di *training and service* ya Pak, kalau dari Pak Gun sendiri ada nggak sih Pak kriteria khusus yang Bapak cari di para teman-teman *trainer* ini sendiri?

GM : Iya, karena kriteria khusus pada saat *recruitment* tentunya ya. Jadi, kita letakkan *requirement* untuk posisi itu seperti apa? Dari sisi *background*-nya, dari sisi pengalamannya, kemudian harapannya dengan standar untuk psikotes yang dilakukan KPC juga sudah bisa menyaringkan personil yang sesuai untuk sebuah posisi itu, kemudian setelah kandidat diterima, kita coba gali melalui *interview*, dari situ kita juga bisa mendapatkan gambaran tentang *attitude* nya, kompetensinya, dan pengalaman-pengalaman sebelumnya. Apakah sesuai untuk menjalankan peran sebagai *trainer*. Jadi, melalui proses seleksi pada saat *recruitment* itu kita mendapatkan kesesuaian antara personil dengan tugasnya nantinya.

P : Pak Gun, boleh mungkin disebutkan beberapa contoh kualifikasinya nggak, Pak, yang mungkin sudah dipunya oleh teman-teman *trainer* atau yang Pak Gun cari? Contoh-contohnya, kualifikasinya itu apa saja?

GM : Jadi, kalau untuk *training safety* secara umum yang dilakukan pengawas ataupun ke manajemen gitu ya, itu salah satu yang kita anggap penting, background pendidikannya. Dulu-dulu kan memang lulusan dari jurusan K3 itu sedikit, sehingga dulu-dulu kita tidak terlalu meletakkan itu menjadi satu hal yang *mandatory*. Jadi, di belakangan ini kan lulusan dengan kategori itu sudah banyak ya, sehingga untuk beberapa posisi kita memang mengharapkan itu ada di *background* pendidikannya. Ini fungsinya, yaitu menjaga meskipun tidak semua posisi nantinya. Karena ada yang kita juga melihat dari pengalamannya, dari ya apa yang dia memiliki dengan pengalaman yang sudah dijalani itu juga menjadi pertimbangan. Jadi, di satu sisi, untuk beberapa posisi kita memang harus menjaga ada yang memiliki background K3 yang relevan ya. Sehingga bisa menjadi penyeimbang secara pengalaman yang kita sudah miliki dengan teori yang berkembang saat ini tentang keselamatan di akademisi gitu ya. Sehingga bisa menjadi menjembatani optimalisasi ya dari program-program yang kita ambil itu menuju ke teori dan menuju pada situasi dan pengalaman di KPC. Kemudian juga yang akhir-akhir ini, karena digitalisasi itu menjadi satu aspek juga yang sangat penting ya dalam semua proses. Beberapa posisi kita kemarin dalam proses dari proses *recruitment* nya merujuk ke situ. Jadi, personil yang bisa menjembatani kita ke proses digitalisasi, tapi ya memiliki kapasitas untuk digunakan ke aspek pengelolaan keselamatannya. Jadi, background-nya waktu itu kita memang mencari yang IT. Kita juga lihat pengalaman dia, kemudian dari psikotes kita bisa lihat potensi dikembangkan ke arah pengelolaan keselamatan. Karena digitalisasi kan tidak akan terus menerus ya. Pada titik tertentu, proses digitalisasinya mungkin sudah matang gitu. Kemudian kita harus memperbaiki ya di. sebenarnya bagian utama dari fungsi departemen ini untuk mengelola aspek keselamatan gitu ya. Sehingga kita juga harus punya kapasitas untuk di *develop* ke aspek itu.

P : Berarti kalau dari penjelasan Pak Gun tadi, yang *mandatory* itu berarti harus punya *background* pendidikan di K3. Terus mungkin ada *experience* di bagian digitalisasi untuk menerapkan aspek-aspek K3 tadi ya Pak?

GM : Meskipun itu nggak ini ya, nggak untuk seluruh posisi ya, bisa jadi kita yang mencari keseimbangan lah ya antara pengalaman lapangan yang juga diperlukan. Jangan sampai semua personal yang kita miliki ini kuat di teorinya, tapi masih kurang di pengalamannya. Jadi kita juga harus menjaga, keseimbangan itu sehingga tim ini nanti juga antar anggota tim bisa saling mengisi gitu ya

P : Berarti kalau pengalaman tambahan, misal nih Pak, ada *recruitment* baru yang memang tidak punya background di K3. Tapi dia mengambil inisiatif sendiri untuk mengambil sertifikasi-sertifikasi K3. Berarti itu bisa jadi bahan nilai plus atau bagaimana Pak?

GM : Ya tentu bisa ya, jadi beberapa orang dengan mengikuti pelatihan K3, kemudian otodidak, dengan belajar di sistem manajemen keselamatan di tempat dia kerja

sebelumnya gitu. Bisa dalam kan kita lihat CV-nya, di CV nya itu seperti apa gambarannya tentang kesiapan dia untuk menduduki posisi yang sedang kita cari ini kandidatnya gitu ya. Dan dari situ, ya memang bisa jadi tidak harus *background* K3, tapi ternyata dia sudah memiliki bukti pembelajaran secara formal misal apa pelatihan, misalkan seperti itu ya. Sekarang banyak ya pelatihan untuk itu ya, ada K3 umum untuk mendapatkan pemahaman secara umum dari regulasinya seperti apa, kemudian dasar-dasar pengelolaan K3 seperti apa, itu bisa juga yang diperoleh kandidat yang cukup matang juga dengan, tentu bukan hanya dasar teorinya, tapi kalau dia sudah punya pengalaman di perusahaan sebelumnya, di CV itu kita juga bisa membaca peran yang dia lakukan sebelumnya itu apa saja, kemudian dihubungkan dengan *requirement*-nya untuk posisi yang akan dia duduki seperti apa itu, gap-nya seperti apa itu bisa kita lihat jadi tidak semata-mata harus dipenuhi dengan *background* formalnya.

P : Terus berdasarkan tadi penjelasannya Pak Gun, kan teman-teman *trainer* yang di sini ada juga difasilitasi untuk mengembangkan *skill* mereka dalam menjadi *trainer*, Pak. Dan setelah itu, setelah melihat proses kinerja mereka selama bekerja di departemen ini sendiri, caranya Pak Gun sendiri untuk menilai keberhasilan mereka dalam melaksanakan program kampanye keselamatan itu, ada nggak Pak, ada evaluasi mungkin yang Pak Gun lakukan untuk memastikan pesan K3 yang mau disampaikan sama departemen ini itu sudah berhasil disampaikan dengan baik ke karyawan?

GM : Ya, untuk proses itu KPC secara keseluruhan ya, melalui HR itu kan ada evaluasi kinerja tahunan ya, jadi di situ masing-masing atasan berdiskusi dengan yang bersangkutan menetapkan kritikalitas mereka, apa saja, kemudian target pencapaiannya seperti apa, itu dilakukan penilaian evaluasi tahunan. Jadi kalau yang *grade D* ke atas kan ada lewat aplikasi yang itu ya, jadi kita bisa melihat detail masing-masing orang itu kinerja yang diukurnya apa saja itu, kemudian melalui bukti-bukti yang bisa ditujukan, yang tercapaiannya seperti apa. Kalau di evaluasi kinerja seperti itu, kemudian juga ada evaluasi tentang kompetensi ya, bagi mereka yang masih berada di *bench development* jadi ketika karyawan diterima di KPC, ada proses mereka masih berada di tahapan pengembangan gitu ya. Nah itu setiap tahunnya yang juga dilakukan evaluasi, jadi kompetensi yang harus dimiliki terkait dengan kompetensi yang *basic*nya seperti apa, aspek manajemennya, aspek kompetensi spesifik di posisi itu, itu dilakukan pencatatan juga, kemudian di antara posisi yang sudah kompeten atau belum kompeten, harus ada *evidence* yang membuktikan kan itu ya, yang menguatkan kesimpulan itu, dan seperti itu, jadi ada tadi evaluasi kompetensinya dilakukan, evaluasi ketercapaian dari kritikalitasnya juga dievaluasi. Sebentar saya angkat dulu ya.

P : Tadi Sampai di cara menilai, caranya Pak Gun untuk menilai keberhasilan pematerinya itu. Tadi kan berarti, berdasarkan penjelasan Pak Gun, berarti ada uji kompetensi dari manajemen sama dari HR sendiri ya Pak? Untuk menilai keberhasilannya pemateri itu.

GM : Iya jadi metode-nya yang kan ditetapkan dari HR ya.

P : Cuma pelaksana untuk evaluasi tadi, evaluasi konsensinya dan evaluasi kinerjanya itu oleh atasan.

GM : Jadi, kalau menyambung dengan pertanyaannya tadi, sebenarnya yang penting itu, ini ya *feedback* dari peserta pelatihan terhadap kualitas pelatihan dan penyampaian oleh si *trainer*-nya ya. Itu *feedback* seperti itu yang dilakukan evaluasinya di tempatnya atasan langsung ya, di tempatnya Mas Irfan. Jadi selain yang kinerja acara tahunannya, yang dilihat dari kritikal *task* masing-masing itu ya, ketercapaiannya dari target yang ditetapkan dari segi apa itu kalau itu sampai ke saya kan gitu, approval-nya ya. Meskipun mengevaluasi oleh atasan langsung, kemudian melalui proses yang utama itu di-*submit* ke saya, kemudian saya lihat kesesuaiannya ya, dari penilaian yang diberikan oleh atasan.

P : Oke, terus lanjut ke pertanyaan selanjutnya nih Pak, bagaimana sih caranya Pak Gun sendiri untuk menyampaikan arahan atau mungkin informasi ke karyawan atau mungkin juga caranya Pak Gun terlibat dalam komunikasi antara mungkin rekan sekerja atau bawahan untuk bertukar ide atau gagasan terkait perencanaan program K3, atau khususnya *safety campaign* yang dilaksanakan di *section* nya Pak Irwan sendiri?

GM : Oke, jadi kalau untuk anggota tim ya, itu metode yang kita gunakan melalui *safety meeting* ataupun *weekly meeting* ya, dengan *section*. Jadi saya ada pertemuan rutin dengan *superintendent* jadi di *HSES Systems* untuk mendapatkan informasi tentang perkembangan dari program-program yang ada, kemudian apakah ada kendala untuk implementasinya, kemudian ya didiskusikan bersama di situ ya, apa yang perlu di-*improve* untuk meningkatkan kualitasnya, misalkan seperti itu. Itu dilakukannya saat ini, *weekly safety meeting* ya, dengan para *superintendent* dan kemudian juga ada pertemuan yang dengan rekan satu level ataupun di atasnya ya, dalam hal ini pertemuan divisi ya, saya dengan *manager* yang ada di HSES dan Pak Kris sebagai GM di HSES itu juga ada pertemuan rutin mingguan untuk mendiskusikan program-program yang ada di HSES, kemudian *progressnya* seperti apa, apakah ada kendala, apa yang harus dilakukan untuk mengantisipasi keterlambatan dari pencapaian program, misalkan seperti itu itu. Semuanya dilaporkan dan didiskusikan di *meeting* tersebut. Kalau untuk ke bawah itu ya media yang bisa dimanfaatkan yang sifatnya agak formal ya, *weekly safety talk* itu ya, jadi *concern* apa yang menurut saya penting untuk menjadi perhatian bersama, itu yang saya sampaikan di saat *weekly safety talk* itu, sehingga bisa dipahami dan menjadi perhatian bersama, hal yang memerlukan kontribusi dari masing-masing personil yang ada di *HSES Systems* ataupun di UKS karena kita melakukan *meeting* bersama. Jadi seperti itu media-media yang kita manfaatkan untuk menyampaikan ke pihak-pihak yang terkait-terkait dengan program tadi.

P : Berarti untuk caranya sendiri, berarti memang ada pertemuan rutin ya Pak, antara mungkin Pak Gun dengan sesama *manager*, sesama *management* yang se-level, terus ke *superintendent*, terus untuk ke bawahan sendiri lewat *safety talk* tadi ya Pak. Kalau selain dari forum-forum tersebut ada enggak Pak platform digital yang digunakan untuk mempermudah pertukaran ide ini antara rekan kerja sendiri?

GM : Iya sebenarnya salah satu yang penting juga itu *dashboard* ya, *dashboard* keselamatan itu. Meskipun yang saat ini yang kita gunakan jadi agak kembali ke fasilitas yang dulu ya, jadi tahun lalu itu selama beberapa tahun kita sempat menggunakan *dashboard* yang sifatnya memang aplikasi. Jadi semua orang bisa menggunakan dan melihat pencapaian-pencapaian yang terkait dengan keselamatan seperti apa dan itu dengan satu akses ke aplikasi itu kita bisa melihat kinerja keselamatan, kinerja kesehatan. Kemudian kinerja di masing-masing divisi untuk PRINASA nya seperti apa, untuk audio score FPE-nya seperti apa itu bisa dengan mudah kita lihat. Saat ini aplikasi itu tidak bisa digunakan lagi karena ada masalah dengan aplikasi itu tidak *compatible* lagi dengan Windows yang kita gunakan ya. Jadi sehingga targetnya tahun ini kita akan kembangkan lagi, *dashboard* untuk menggantikan aplikasi yang lama. Tapi secara fungsi sebenarnya yang meskipun dokumennya kita lihat ya dari Excel yang saat ini juga masih bisa digunakan cuman tidak semudah dan *se-flexibel* yang dulu untuk melihat kinerja. Kalau secara digitalisasi itu target kita tahun ini kita akan buat lagi aplikasi yang menggantikan aplikasi *dashboard* sebelumnya.

P : Berarti kalau situs HSE Info itu juga berarti termasuk, Pak?

GM : Iya

P : Berarti kalau untuk HSE Info sendiri ini hanya bisa diakses oleh karyawan di HSE sendiri atau yang dari divisi lain juga bisa mengakses itu, Pak?

GM : Bisa, jadi mereka yang punya akses ke servernya KPC itu bisa punya akses itu dengan ID nya masing-masing sebagai user di situ, itu bisa mengakses itu.

P : Oke, tadi kan sudah komunikasi antara karyawan se-level maksudnya yang secara internal, Pak. Nah ini berhubungan sama yang eksternal nih. Kalau dari Pak Gun sendiri, pernah nggak sih Pak menjalin komunikasi dengan rekan kerja atau dari divisi lain? Atau bahkan pihak-pihak luar yang terlibat sama program *safety campaign* ini sendiri? Terus proses komunikasi antara Pak Gun dengan pihak-pihak eksternal ini selain maksudnya di luar divisi HSE sendiri itu gimana, Pak?

GM : Ya, jadi kita juga sudah sediakan pertemuan rutin ya dengan divisi yang lain setiap hari Senin pagi jam 10 sampai jam 12 itu ada *meeting* dengan semua *superintendent* dan koordinator *security* di divisi. Jadi disana kita bisa menyampaikan konsep-konsep di minggu itu apa kemudian kita juga menggali informasi terkait kejadian-kejadian di divisi selama minggu ke belakang apa, kemudian untuk diskusi dan pembelajaran bersama ya dari kejadian itu supayaantisipasi dari divisi yang lain, kalau ada potensi bahan yang sama itu juga ditingkatkan, kemudian hal-hal yang sifatnya mendukung ketercapaian objektif dan target itu juga dicatat di situ ada *minutes meeting* yang kita pantau rutin kemajuan dari program-program khusus yang dilakukan oleh divisi. Kemudian disana juga kita bisa mendapatkan feedback juga berkait dengan layanan yang kita berikan, kebutuhan pelatihan yang dari divisi seperti apa, ya dari pertemuan mingguan itu yang kita manfaatkan sebagai fasilitas formalnya untuk diskusi dengan mereka. Tapi di luar

yang regular itu juga pertemuan ataupun diskusi yang sifatnya spesifik berdasarkan isu apa yang muncul itu juga kita lakukan ya. Misalkan ketika satu divisi menghadapi situasi ada kecelakaan *finger injury*-nya banyak, kita lakukan diskusi juga untuk menggali apa yang kurang, apa yang perlu di-*improve*, apa yang bisa dibantu. Jadi seperti itu ada yang fasilitas yang regular dan formal, ada yang diskusi non-formalnya juga.

P : Oke, kalau gitu lanjut ke pertanyaan selanjutnya ini lebih fokus ke *safety campaign* yang dibuat sama di *section*-nya Pak Irfan sendiri. Mau mastiin lagi. Pak Gun sendiri pasti terlibat kan Pak untuk pembuatan *safety campaign*-nya. Kalau menurut Pak Gun sendiri, *safety campaign* yang baik dan mudah dipahami oleh pekerja lapangan sendiri itu gimana sih Pak?

GM : Ya, untuk *safety campaign* itu sendiri aspek keselamatan itu memang banyak ya yang harus disampaikan ke pekerja. Tentu kita harus memilah-milah topik apa yang paling penting untuk kita sampaikan saat ini untuk prioritas. Yang pertama itu tadi menentukan topik atau tema yang akan menjadi prioritas kita. Kemudian identifikasi media yang bisa digunakan ya. Jadi medianya bisa melalui radio FM ataupun baliho ataupun *safety alert* ya. Untuk segera menjangkau setiap grup kerja biasanya kita buat *safety alert*-nya. Kemudian dengan materi itu bisa digunakan untuk *safety talk* di awal *shift* oleh masing-masing pimpinan grup. Sehingga diharapkan dengan cara itu ketersediaan informasi penting itu bisa langsung menjangkau di *shift* berikutnya. Jadi lebih cepat. Kalau radio kan ada yang pada saatnya dia memang berada di dekat radio, dia mendapatkan informasi itu. Tapi belum tentu ya setiap orang akan mendapatkan informasi yang disampaikan dengan radio. Jadi kita melihat seperti itu. Kalau ya sifatnya informasi penting, jangka panjang dan itu diadakan bisa meningkatkan perhatian semua orang gitu kita masukkan ke radio FM, kemudian kita buat baliho besar untuk membuat perhatian orang berhadapan tema atau topik itu menjadi naik gitu ya. Jadi ya kita melihatnya seperti itu. Topik apa yang penting dan media apa yang paling cocok ya, penyampaian sesuai dengan situasi dan kondisinya.

P : Berarti tadi kalau berdasarkan penjelasan Pak Gun tadi Pak Gun sempat *mention* harus nyari tahu dulu nih apa prioritas yang harus dibuatkan untuk *safety campaign* atau kampanye keselamatan sendiri. Kalau dari Pak Gun sendiri, caranya Pak Gun melakukan reset latar belakang masalah itu terkait program K3 itu gimana Pak? Apakah ada metode khusus yang digunakan untuk melakukan identifikasi penyebab masalah sebelum merancang kampanye? Mungkin dari data-data statistik kecelakaan atau dari peraturan-peraturan itu gimana Pak?

GM : Ya itu ini ya, varian tren-nya itu bermacam-macam ya. Jadi ada yang pertimbangan sangat pentingnya dari kinerja keselamatan dari statistik kecelakaan kita gitu. Kita bisa mempelajari statistik dari cedera apa yang sering terjadi, atau kemudian kita juga bisa melihat dari hasil investigasi penyebab kecelakaan apa yang dominan ya, dalam setahun terakhir misalkan seperti itu, itu tentu jadi salah satu pertimbangan nanti untuk menetapkan prioritas dari program kampanye kita gitu. Jadi hal lain juga akan bisa mempengaruhi prioritas itu misalkan ya itu tadi, tentang regulasi misalkan ya, ada regulasi baru yang memerlukan pemahaman yang merata di seluruh penanggungjawab,

di KPC maupun kontraktor itu juga perlu kita jadikan materi kampanye dan juga melihat situasi kondisi dan tantangan ke depan. Misalkan kita lihat bulan-bulan ke depan ini ada potensi cuaca ekstrim hujan misalkan seperti itu, nah itu kita harus antisipasi juga dengan meningkatkan *awareness* pihak-pihak terkait supaya program-program kemudian kesiapan-kesiapan fasilitas pendukung untuk mencegah terjadi kecelakaan dari cuaca ekstrim hujan itu juga diperbaiki, dipastikan kesiapannya. Jadi ada yang seperti itu juga yang misalkan ada jadwal untuk piala dunia, sepak bola. Biasanya kan orang jadi cenderung untuk pengaturan istirahatnya kurang baik karena memaksakan diri untuk mengikuti, nonton di jam-jam yang seharusnya jam istirahat, seperti itu juga jadi pertimbangan untuk menentang program kampanye kita. Tapi untuk secara strukturnya kita juga menunjuk ya tim yang di tempatnya Mas Irfan untuk melakukan identifikasi-identifikasi seperti itu sih, apa yang menjadi prioritas dengan pertimbangan tadi dari statistik, dari regulasi, dari tantangan-tantangan situasi ke depan, itu juga menjadi pertimbangan dalam menetapkan prioritas tadi.

P : Oke, lanjut pertanyaan selanjutnya nih Pak, caranya Pak Gun sendiri dalam merencanakan alokasi waktu dan alokasi sumber daya untuk merencanakan *safety campaign* ini sendiri gimana Pak? Mungkin sumber dayanya ini bisa kayak sumber daya manusia, dana operasional dan juga peralatannya itu, cara Bapak mengaturnya itu gimana dengan bekerja sama-sama Pak Irfan dan kawannya?

GM : Iya, kalau untuk eksekusinya kan di tim kami sudah punya personil-personilnya yang misalkan untuk menangani materi yang akan disiarkan di radio FM itu sudah dibahas dalam satu tahun ke depan kita akan melakukan apa namanya, *broadcast* materi apa saja, sudah ditetapkan sehingga ketika berjalan ya tinggal diikuti saja apa yang sudah dibuatkan itu, tinggal nanti ketika ada situasi spesifik yang terjadi kita bisa modifikasi apa yang sudah ada di perencanaan untuk *broadcast* di radio FM itu kita sesuaikan, misalkan ada di bulan K3 kita punya program khusus apa gitu sehingga kita perlu masukkan itu dalam siaran di radio FM itu kita sesuaikan. Kalau secara perencanaan yang jangka panjang dan rutinnya itu, kita sudah buat perencanaan di awal tahun, tentang materi-materinya termasuk yang tema keselamatan itu kan sudah di *breakdown* ya, perbulannya apa, perminggunya apa, harinya apa itu sudah di *breakdown*, kemudian yang sifatnya insidental sesuai dengan situasi kondisi itu yang kita diskusikan sesuai kebutuhannya.

P : Berarti memang dari awal sudah untuk alokasi waktunya sudah direncanakan di OTP tadi apa untuk tahun ke depan?

GM : Iya. Jadi di OTP sendiri, kemudian di *budgeting* ya, proses *budgeting* kita akan menemui identifikasi kita akan melakukan kegiatan apa dan perlu *support* dana seperti apa. Jadi saat *budgeting* itu kita juga sudah menyusun keperluan untuk kampanye radio misalkan kita akan perlu sekian banyak tayangan, sekian banyak membuat materi kampanye baru, itu sudah diidentifikasi di situ. Kemudian pemerintahan spanduk dan baliho sudah *budget*-kan juga, berarti dalam tahun berjalan kita kadang melakukan penyesuaian ya dari sisi materinya.

P : Oke. Terus nih Pak pertanyaan selanjutnya dari beberapa bentuk *safety campaign* yang sudah berjalan ini, caranya Pak Gun sendiri dalam menilai keberhasilan kampanye setelah pelaksanaannya itu gimana Pak? Apakah ada proses evaluasi yang melibatkan *feedback* dari karyawan lapangan sendiri untuk menilai keberhasilan setiap kampanye-kampanye ini Pak?

GM : Iya, kalau kampanye itu ada beberapa yang kita bisa bantah yang sifatnya *leading* indikatornya ya, karena *leading* indikatornya kan berarti berapa jumlah kampanye yang kita rencanakan itu terlaksana atau tidak. Nah itu ada monitoringnya, jadi dalam RKAP ya yang rencana kegiatan dan belanja terkait keselamatan itu selain di susun di menjelang tahun perjalanan itu juga ada *monitoring* per triwulan ya, per kuartal itu ada monitoringnya dan kita laporkan ke Minarta. Nah itu termasuk yang dipantau itu terkait dengan program kampanye tadi, jadi dari situ sebagai *leading* indikatornya kita monitor seberapa banyak telaksannya dari masing-masing program tersebut. Kemudian kalau indikatornya kita hubungkan kampanye-kampanye itu dengan ketercapaian objektif target yang terkait ya, misalkan terkait *fatigue* gitu, bagaimana kampanye yang kita laksanakan itu bisa memperbaiki *lagging* indikator terkait dengan *fatigue* misalkan ya. Nah itu kita lihat dari sisi ketercapaian objektif targetnya, jadi beberapa memang untuk pengalaman 2023 itu terkait dengan pencegahan cedera jari itu kalau dari *lagging* indikatornya tidak tercapai ya, artinya kita perlu tingkatkan kampanye terkait itu meskipun itu tidak bisa menjadi program yang berdiri sendiri ya, karena banyak hal yang akan mempengaruhi ketercapaian dari *lagging* indikator ya, dari program-program yang lain, auditnya, kemudian kompetensi dari personil yang melakukan pekerjaan kemudian kedisiplinan pengawas ya, melakukan pengawasan itu juga kalau yang dilihat *lagging* indikator memang tidak serta-merta terhubung ke satu program ya, tapi bagaimanapun ya kita memanfaatkan statistik itu untuk merefleksikan apa yang perlu kita tingkatkan ke depannya.

P : Berarti berdasarkan indikator tadi yang tadi Pak Gun sebut itu, caranya Pak Gun sendiri untuk mengukur perubahan sikap karyawan ke arah yang lebih positif itu gimana Pak setelah pelaksanaan program kampanye ini, mungkin lewat Baliho banner atau mereka mendengar radio itu gimana Pak cara mengukur perubahan sikapnya?

GM : Kalau perubahan sikap itu secara terukurnya, *tool* kita yang bisa menjembatani itu PRINASA ya, jadi PRINASA itu kita bisa melihat *safe act*-nya berapa persen, kemudian yang *unsafe act* berapa persen. Jadi ketika kita melakukan pemantauan itu, observasi itu ya dan dicatat oleh auditor PRINASA masing-masing itu, dia akan menuliskan seberapa banyak dia menemukan *unsafe action*nya, *unsafe behaviour* dari pekerja yang diobservasi. Dari statistik PRINASA kita bisa melihat itu, jadi seperti tahun 2023 kemarin itu *unsafe act* nya turun, cuma kita juga melihatnya bahwa variabel ini tidak berdiri sendiri, bisa jadi ketajaman orang untuk melihat *unsafe act*-nya turun atau karena si pelaku PRINASA hanya melakukan PRINASA di tempat itu-itu saja, sehingga ketika tempat itu sudah sering dikunjungi, maka titik itu akan *unsafe action* atau *unsafe behaviour*nya menurun. Tapi bisa jadi secara budaya keseluruhan di tempat kerja lain masih belum terkoreksi, itu yang kita perlu *reminder* kepada PRINASA auditor jadi dalam kesempatan apa namanya, bulan K3 kemarin kita sampaikan juga yang seminar di titik pelatihan, kemudian pada saat di SAFCO yang di KUR kita juga ingatkan kembali,

jadi PRINASA itu alat ukur yang baik untuk kita bisa melihat persentase ataupun budaya K3 kita itu berada di posisi mana. Cuma instruksi itu juga bisa bias kalau kita tidak melakukan pengukurannya dengan merata, kalau mau spesifik sebenarnya KPC punya program lainnya ada CMR *compliance monitoring report*, jadi kalau *compliance monitoring report* ini lebih melihatnya di rentang waktu yang ditentukan, misalkan kita mau melakukan observasi tentang kepatuhan pengemudi atau operator di *loading point*, ketetapan di *loading point* apa saja kita tetapkan. Kemudian selama 2 jam atau setengah hari itu di ukur terkait poin ini berapa yang patuh, berapa yang tidak patuh, kemudian hasil dari monitoring itu dari observasi itu disimpulkan, di titik ini *compliance* nya sekian persen, nanti kita bisa mengukur di waktu yang berbeda berikutnya misalkan 2 bulan ke depan. Di titik yang sama kita monitor lagi membaik atau tidak, di antara jeda waktu itu kita lakukan sesuatu, misalkan ketika ada bagian yang lemah di aspek perilaku apa, kita perbaiki dengan melakukan *coaching*, atau konseling ke orang-orang yang ditemukan melanggar. Kemudian dipantau lagi, itu *tools* yang kita miliki juga, tapi yang menggunakan tidak banyak, mode itu masih digunakan, kemudian di tempatnya OHS itu dulu masih digunakan, tapi akhir-akhir ini jarang dipakai, yaitu ini sih, merujuk pada prioritas yang kita tetapkan, pada saat ini kan OSM yang sedang kita kejar-kejar lakukan, karena banyak ya cek kondisi yang ada di lapangannya perlu dikoreksi, jadi ini seperti itu.

P : Oke, berarti kalau dari penjelasan Pak Gun, salah satu *tools* yang membantu untuk proses evaluasi, mengukur perubahan sikap karyawan ini dari PRINASA sama CMR tadi ya Pak?

GM : Iya.

P : Berarti kalau misalnya dari Pak Gun sendiri pernah nggak Pak, menerima *feedback* langsung dari mungkin ada karyawan soal *safety campaign-safety campaign* yang sudah berjalan sendiri Pak?

GM : Ya, kalau *feedback* formal itu dalam ini ya, dalam *management review* itu ada masukan-masukan dari divisi gitu terkait dengan program kampanye yang kita miliki, masukan mereka seperti apa media yang perlu di-improve atau topik-topik tertentu yang perlu kita *cover* gitu ya, itu ada yang melalui pertemuan di *management team* Kemudian kalau di *safety meeting* mingguan dengan divisi itu, yang jarang ada masukan terkait itu tapi pernah juga ya terkait dengan misalkan di satu tempat sering terjadi kecelakaan, tabrak belakang, supaya kita perlu kampanyekan gitu, topik ada masukan-masukan tentang topik yang harus diberikan. Kalau total kualitas dari media yang kita gunakan, sejauh ini tidak ada ya *feedback* yang diberikan ke kita, tapi untuk menjembatani proses itu, kita memang belum siapkan juga media untuk membuat setiap orang, setiap saat bisa memberikan *feedback* ya kita nggak sediakan fasilitas khusus gitu ya, cuma kalau memang ada hal seperti itu, ya bisa disampaikan biasanya ke penanggung jawab kegiatan gitu ya entah di masa depan atau pada saat pengguna materi khusus itu, misalkan materi tentang kampanye di video yang diputar di bus gitu ya, nah itu kan kita komunikasinya dengan pihak-pihak yang terkait dengan penggunaannya kan. Kalau *feedback* yang muncul dengan itu justru ke arah fasilitas untuk memutarnya, seringkali bilanganya teman-teman

seringkali kondisinya rusak sehingga mereka naik bis, tapi ada tv-nya tapi nggak diputar, materi kampanye keselamatan gitu ya, *feedbacknya* seperti itu sih

P : Berarti kalau ada kendala-kendala yang seperti tadi Pak Gun sampaikan, caranya Pak Gun sendiri untuk memantau terus memperbaiki *safety campaign* yang ada kendala ini gimana Pak?

GM : Tentu kita diskusikan dengan pelaksanaan dari media kampanye yang kita gunakan tersebut, kemudian ketika ada keluhan seperti itu, ya kita diskusikan bersama *improvement* apa yang bisa kita lakukan, terkait dengan kampanye di bis misalkan tahun lalu yang tercetus, ya kita memanfaatkan juga yang *re-cleaning seat* yang ada di kursi itu ya. Jadi kita tempelkan materi kampanye di situ gitu ya, di penutup sandaran kursi ya. Dan seperti itu untuk mem-*wake up* bahwa kampanye melalui pemutaran materi di bisa itu kadang bisa digunakan, kadang tidak gitu ya. Jadi kalau di situ ada sesuatu yang bisa dibaca oleh penumpang, kemudian bisa kita ganti-ganti topiknya atau temannya sesuai dengan pesan yang sedang memerlukan pemuatan itu opsi yang kita bisa gunakan dari diskusi-diskusi dengan penanggung jawab untuk kampanye-nya ya seperti itu, kita diskusikan dengan adanya kelemahan ini, opsi apa untuk penguatannya, contohnya seperti itu

P : Ini mungkin pertanyaan di luar *list* pertanyaan dulu, ini pertanyaan tambahan dari media *safety campaign* yang mungkin biasa berjalan itu dari *Baliho*, *Banner*, *Poster*. Mungkin ada *safety theme*, radio, ada pesan keselamatan di radio, kemudian dari Pak Gun sendiri mungkin ada target baru nggak, Pak, untuk menggunakan media lain selain beberapa media yang sudah digunakan ini.

GM : Iya, kalau ini itu beberapa kali sebenarnya sudah berikan masukan ke *workshop* yang terutama ya, *workshop* kan yang paling sering terjadi cedera jari. Saya beberapa kali ke MSD dan CPHD itu memberikan masukan untuk mereka memiliki media untuk menyampaikan pesan dapat suara ya, secara rutin dan frekuensinya cukup sering. Entah itu menggunakan pengeras suara yang diberikan di masing-masing area, kemudian nanti ada materi atau pesan-pesan keselamatan yang berkaitan dengan keselamatan di *workshop* itu. Yang disampaikan mungkin 10 menit sekali, ya tinggal diulang ulang. Nah, opsi atau media itu sebenarnya mereka setuju tapi tidak tahu kenapa implementasinya sampai sekarang belum terjadi ya, cuma yang saya lihat di kontraktor sudah ada beberapa yang menerapkan seperti itu, jadi kadang orang bekerja itu kan karena fokus dengan pekerjaannya dengan tuntutan harus selesai cepat gitu ya. Kadang perhatian aspek keselamatannya terlupakan gitu ya, nah dengan pesan-pesan yang disampaikan sering, harapannya ketika ada yang sudah mulai kendur dengan aspek keselamatannya teringat kembali Nah, itu saya kebetulan menjadi juri untuk inovasi K3 saya melihat beberapa kontraktor itu sudah menerapkan itu, jadi ada yang menggunakannya awalnya, ada admin yang diminta untuk membacakan kan, pesan itu ada yang diimprove dengan cara pesan itu direkam, sehingga kualitas penyampaian pesannya bisa direview dulu sudah sesuai atau belum, pesan-pesan sudah bagus atau belum. Dan kemudian secara otomatis diputar menggunakan piper gitu setiap 10 menit akan diputar, kemudian materinya juga sudah ditetapkan untuk menit ini materinya ini, nanti ke-10 pertama

diganti materi ini, menit berikutnya pesan apa, nanti setelah habis ini berulang lagi. Jadi, ternyata nih beberapa kontraktor sudah menerapkan gitu ya, seperti itu salah satunya, menurut saya penting untuk yang harganya seperti *workshop* dan cukup mudah sebenarnya untuk dilakukan. Satu peluang untuk meningkatkan *awareness* dan hindari karyawan yang terbawa dengan tuntutan untuk pengerjaan tugas dengan cepat, bisa diingatkan secara rutin itu fasilitas itu

P : Berarti yang tadi *safety workshop* itu pelaksanaannya di tempat-tempat masing-masing ini? Berarti dari bentuk yang baru itu, mungkin selain *live* dari baliho, banner, poster, radio itu, kan kalau radio sendiri Pak, sudah mulai merambah ke digital, mungkin mereka siaran pesan keselamatannya itu lewat yang ada di aplikasi TikTok. Kalau dari HSE ini sendiri, ada enggak proses rencana untuk mendigitalisasi *safety campaign-safety campaign* ini ke platform-platform kayak gitu Pak?

GM : Ya, sebenarnya itu sudah kita sadari beberapa tahun kebelakangan dan tahun lalu 2022 akhir itu saat mengidentifikasi program itu 2023 itu kita sudah masukkan sebenarnya ke dalam program kita, di OTP kita cuma memang belum terlaksana secara optimal, sehingga kemarin pada saat acara Bulan K3 untuk tahun ini kita masukkan itu menjadi salah satu lomba ya membuat materi *safety campaign*. Cuma setelah kita evaluasi minggu lalu itu, antusiasme dari karyawan, bagus pada saat kita menggunakan ini ya, lomba video yang sifatnya bukan untuk TikTok ataupun semacam itu ya, jadi kita belum tahu juga kenapa antusiasmenya berkurang karena tahun lalu itu sampai pesertanya 50 peserta lebih, minggu lalu kita evaluasi baru, 4. 4 orang yang memasukkan itu, jadi itu tadi ya dari sisi lain kita melihat apakah dari karya-karya antusias untuk mendukung program itu dengan memberikan kesempatan mereka memberikan materi. Sejauh ini seperti itu kesimpulannya, tapi kalau untuk secara internal itu kita masukkan lagi ke dalam OTP 2024, jadi timnya Mas Irfan juga akan ada yang mengelola kampanye melalui media sosial gitu ya. Untuk tahun ini kita sudah punya satu nomor hape yang khusus kita gunakan untuk kampanye, tapi itu dijadikan satu dengan nomor hape yang digunakan untuk WA balas ke kontraktor. Jadi kita akan menggunakan akun yang sama itu untuk memanfaatkan media sosial yang ada ini untuk memberikan opsi lainnya bagi karyawan untuk mendapatkan pesan-pesan keselamatan melalui media yang bagi mereka lebih disukai atau lebih familiar

P : Terus kemudian, ini lebih kesering saja sih Pak, soalnya kan bulan K3 ini yang pegang HSE kan, selalu HSE kan Pak. Kalau di Instagram sendiri, saya kemarin menemukan ada akun Instagram khusus untuk bulan K3, itu namanya K3 KPC *official*. Nah di tahun-tahun sebelumnya, tahun 2023 ke belakang itu, akun Instagram ini memang sering *update* gitu Pak, untuk *live update* selama Januari sampai Maret. Itu dokumentasi-dokumentasi kegiatan yang dilaksanakan itu apa, mulai dari video *teaser* awal dari apel K3 sampai malam penutupan. Nah selain dokumentasi itu, ternyata akun Instagram ini juga digunakan untuk selingan-selingan untuk menyelingi dokumentasi bulan K3

Akunnya ini sering nge-*share* juga pesan-pesan keselamatan mungkin 3 titik tumpu, titik cepit itu gimana dalam bentuk video audio visual sama mungkin visual aja dengan disertai captionnya. Nah tapi di tahun ini, untuk yang bulan K3 ini, iya vakum, jadi kemarin saya

nungguin mungkin ada *announcement* apa mulai bulan K3 kok nggak ada gitu. Nah itu jadi untuk yang administratornya akun itu sendiri, Pak Gun sendiri tau nggak Pak? Yang mengelola akun itu awalnya siapa, terus yang terakhir megang itu siapa Pak?

GM : Ya, jadi akun itu mulai diaktifkan pada saat bulan K3-nya dipegang sama Mas Unggul ya. Waktu itu memang kita kolaborasi dengan provider untuk dokumentasi untuk mereka menyiapkan materi-materi juga untuk dimasukkan dalam media sosial itu. Jadi pada pihak K3 yang kita buat bekerja sama untuk mendokumentasikan, kemudian memanfaatkan hasil dokumentasi itu untuk di *share* di media sosial itu. Kemudian seperti *teaser* tadi itu kita juga kita minta di dalam kontraknya memang ada mereka membuat *teaser* itu jadi tinggal *upload* aja ya ke media yang ada; Untuk tahun ini, kita gunakan juga pihak K3 itu, tapi untuk kontraknya sepertinya nggak termasuk ini ya untuk menyiapkan hal-hal seperti itu. ajwrimasukan tapi juga, meskipun kita sudah tetapkan karena ada program itu ya di tempatnya Mas Irfan, kemudian di bulan K3 juga kemarin dalam diskusinya kita juga dalam rumahnya, bahkan kita mencoba untuk mendapatkan masukannya dari para peserta itu tentang konten-konten yang bisa dimanfaatkan untuk diupload di sana. Tapi bahwa ternyata sekarang masih vakum, nah itu masukan bagus juga. Nanti segera diaktifkan kembali

P : Soalnya akunnya ini beroperasinya hanya saat bulan K3 ya? Jadi setelah bulan K3 selesai, setahun berjalan itu nggak ada diaktifkan lagi, jadi mungkin nanti bakal berkaca ke saran saya nanti sih Pak di akhir. Gitu di pak. Oke. Pak sepertinya wawancaranya sudah cukup sih Pak. Terima kasih banyak Pak sudah meluangkan waktu.

GM : Sebelum itu mungkin kalau ada masukan-masukan lain ya, siapa tahu dari apa yang diamati selama ini tentang efektivitas kampanye dengan apa yang sudah dipelajari di kampus gitu ya, mungkin ada masukan masukan silahkan.

P : Kalau masukkan dari saya, ini *sharing* dikit aja ya Pak, ini masih kasaran sih Pak. Kemarin saya kepikiran untuk mengaktifkan akun Instagram itu, tapi kalau misalnya itu ada dua opsi Pak, mengaktifkan apa maksudnya, akun Instagram yang sudah ada bulan K3 itu di *take over* sama divisi HSE ini sendiri atau nggak, buat akun yang baru untuk *full* materi *safety campaign* nya. Jadi akun acara bulan K3 sendiri, akun divisi eh akun *safety campaign* yang di *take over* eh dipegang *dihandle* mandiri sama divisi ini sendiri lagi. Nah ierus untuk biar pesan-pesan keselamatannya ini jadi *top memory* di karyawan, saya ngambil inspirasi dari radio GWP sendiri sih Pak. Kalau radio GWP kan mungkin mereka ada produknya, pesan keselamatannya mengambil *Golden Rules* nih yang sudah dijadwalin sama Mbak Gina. Nah dari *Golden Rules* yang sudah dimaterikan sama Mbak Gina, dari GWP sendiri, mungkin ini dari saya masih kecil sih Pak, saya sering dengar itu ada Mr. Goldie, ada karakter Mr. Goldie, nah tapi kan dari radio GWP sendiri karakter Mr. Goldie ini masih secara audio kan Pak.

Nah mungkin kalau misalnya diambil, nggak diambil sih bahasanya, mungkin nanti saya usahakan buat maskot untuk HSE sendiri. Biar misalnya kalau karyawan lihat maskot ini di sosial media HSE, jadi keingat sama peraturan ini gitu. Tapi itu masih kasaran sih Pak. Kemudian juga maskot ini sendiri, karena mungkin latar belakang saya kan hanya

komunikasi bukan untuk desain kan Pak, jadi mungkin untuk desainnya sendiri saya minta bantuan ke teman saya yang anak DKV, desain komunikasi visual. Tapi ide sama *scratch* nya sendiri dari saya, jadi untuk merepresentasikan nya dibantu sama teman saya sendiri ini Pak. Ya bagus juga itu. Rencana kasaran saya sih masih itu Pak, masih maskot sama sosial media itu.

GM : Iya bagus, maskot ini kan bisa membuat orang akan teringat kembali pesan-pesan apa saja yang pernah dia dengar dari Mr. Goldie misalkan seperti itu ya. Meskipun yang muncul hanya maskotnya, tapi orang juga akan terbayang ke pesan-pesan yang sudah disampaikan paling nggak jadi pengingat untuk poin-poin yang relevan dengan yang sedang dikerjakan. Kalau Mr. Goldie kan hanya untuk segmen yang *Golden Rules* Pak, kalau di harapan saya untuk saran di sosmed HSE sendiri mungkin lebih meluaskan ke seluruh *concern* K3

P : Kemarin sih ide nya itu dua karakter diambil dari sistem manajemen K3 sendiri, Prima Nirbhaya itu Pak. Nah itu maskotnya namanya Bumi sama Baya. Kalau Bumi sendiri kan dari sistem manajemen K3L nya itu ada *concern* ke lingkungan, terus kalau Baya sendiri dari *concern*nya KPC ke kejadian-kejadian yang soal *incident-incident*. Jadi mungkin lebih ke *concern* karyawan, ke *awareness* mereka soal K3 ini sendiri di karyawan Pak. Tapi masih begitu sih pak kasarannya.

GM : Terima kasih juga ya Mbak. Mungkin nanti lebih ke ngobrol-ngobrol lagi sama Mas Riswan untuk bisannya.

P : Oke, seperti itu aja Pak wawancaranya. Terima kasih banyak ya Pak Gun.

Transkrip Wawancara *Superintendent HSES-TS*, Bapak Mohamad Irfan

P : Peneliti

MI : Mohamad Irfan

P : Selamat siang Pak Irfan, sebelumnya terima kasih sudah diberi kesempatan untuk melakukan wawancara ini. Sebelumnya, berikut ada *informed consent* atau pernyataan persetujuan untuk mengikuti penelitian yang harus Bapak isi, atau mungkin nanti Bapak bisa isi setelah selesai wawancara.

MI : Iya, nanti saya setelah wawancara ya.

P : Baik Pak. Oh iya Pak, sebelumnya saya izin untuk merekam proses wawancara ini sebagai data saya, ya Pak?

MI : Iya, silakan saja.

P : Oke, mungkin untuk pertanyaan pertama, menurut Pak Irfan apa sih, Pak, peran dan tanggung jawab Pak Irfan dalam *section* HSES Training & Services ini? Terus sudah berapa lama juga bekerja di posisi ini?

MI : Oke peran dan tanggung jawab sebagai ini *yah*, *Superintendent* HSES Training-Services. Sebenarnya sesuai dengan pendelegasian dari Manager HSES System, ya kurang lebih tanggung jawab saya itu nanti titik beratnya adalah fokus ke program pelatihan, kemudian kampanye K3 di lingkungan KPC *yah*. Lalu kemudian, perawatan atau pemeliharaan *buildingnya* HSE. Lalu kemudian, layanan kimper *yah*? Test sampai penerbitan kimper, terus apa lagi yang kurang *yah*. Kayaknya udah ya, itu *yah*. Itu kurang lebih ruang lingkupnya, jadi intinya sih dari empat tadi *yah*, empat ruang lingkup tadi ya tanggung jawabnya adalah membuat, mengidentifikasi kebutuhannya, kemudian membuat programnya, perencanaannya, mengeksekusi sampai mengevaluasi, dari empat hal yang tadi.

P : Terus selama bekerja dalam posisi ini, Pak, durasi bapak bekerja dalam posisi ini sudah berapa lama Pak?

MI : Durasinya... Kalau penanggung jawabnya sih sudah dari 2000 berapa *yah*, saya agak lupa, 2017 itu udah *acting* *yah*, *acting* karena *Superintendent* yang sebelumnya kan dia pensiunnya kalau gak salah sih di 2016 ya. Jadi 2017 itu *acting*, tapi resminya di 2018. Juni 2018, sekarang berarti lima tahun setengah *lah* *yah* berarti.

P : Oke berarti dari tadi empat ruang lingkup itu, kan saya *fokusin* ke kampanye keselamatan aja, Pak. Nah itu, kalau menurut Pak Irfan sendiri gimana *sih*, Pak, proses umum dalam menyusun kampanye keselamatan atau Program K3 yang difokuskan ke *safety campaigns* itu di PT KPC.

MI : Iya, jadi tadi udah sedikit dijawab *yah*. Prosesnya sebenarnya dari identifikasi kebutuhan. Identifikasi kebutuhan ini sumbernya dari mana saja, ya mulai dari...

Satu dari evaluasi dari tahun sebelumnya dan itu pasti ada mana yang masih kurang, gitu kan... Tapi sebenarnya yang paling menentukan adalah, *issue*, temuan-temuan dari tahun 2022 *yah*, tahun sebelumnya, dari laporan-laporan kinerja keselamatan pertambangan *yah*. Kayak seperti dari pelanggaran-pelanggaran dasar, kayak *Golden Rules*, kecelakaan dari situ sih. Dari situ nanti kan ada analisa *tuh*, itu yang analisa timnya Mas Aji (HSES Information & Management System) tim *safety information* kan. Nanti mereka menyimpulkan, jadi di tahun itu permasalahan terbesarnya pelanggaran ini ini ini. Nah, itu salah satu identifikasi kebutuhan kampanyenya, karena punya masalahnya. Contohnya tahun lalu *yah*, *Golden Rules* paling banyak pelanggarannya terkait penggunaan sabuk pengaman, *yaah*, sama prosedur parkir. Itu salah satu pelanggaran *Golden Rules* yang paling banyak. Sama satu laginya mungkin kayak titik jepit, *yah* kayaknya ya. Nah, maka tiga isu ini lah yang masuk, yang kita identifikasi sebagai kebutuhan di tahun berikutnya, dan kita harus *breakdown* gitu *yah*. Lalu kemudian, selain dari itu juga dari, selain dari tadi *yah*, dari analisa tim SIMS (Safety Information Management System), juga dari *yaaah* gambaran secara umum sih. Kayak contohnya ya, isu-isu yang muncul dari *meeting-meeting* ini *yah*, *meeting-meeting* tim *safety*, contohnya *tuh*, mulai sering nih kebakaran di Sangatta, contohnya kan. Nah *tuh* nanti masuk juga, nah ini udah mulai banyak... apalagi contohnya *yah*... Anak-anak sekolah yang pada pakai... apa ngebut-gebutan gitu kan. Nah walaupun itu bukan isunya KPC, kalau KPC merasa perlu terlibat disitu, ya bisa aja. Jadi, intinya sih kita mengumpulkan ini dulu *yah*, kebutuhannya tadi. Nah nanti kalau sudah dapat, itu biasanya kita sesekali kadang *sounding* ke manajemen, atau bisa juga kita langsung mengambil inisiatif. Jadi kalau kayak tadi, analisa dari timnya Mas Aji, itu kan sebenarnya secara tidak langsung sudah diamini sama manajemen, kan? Jadi kita gak perlu harus nanya lagi, “*Pak, ini perlu gak?*”, kita langsung ambil inisiatif sendiri, langsung ambil, kita harus terlibat dalam situ. Tapi kalau yang sifatnya umum kayak tadi, itu kan terkait masyarakat, itu kadang-kadang kita harus *sounding* dulu ke manajemen. Perlu gak kita terlibat masuk ke situ, kalau kata beliau “*Oh, bagus juga sih.*”, baru kita bisa. Pertama itu *yah*, identifikasi kebutuhan. Nanti kalau ternyata sudah *confirmed* bahwa itu yang harus kita tindak lanjuti, baru bikin *planningnya*. *Planning* ini meliputi kalo kayak kampanye, kampanyenya pakai tipe apa? Pakai jenis apa? Kan kita bervariasi kan. Mulai dari ada yang sifatnya... apa namanya... visual *yah*, seperti baliho, banner, kayak gitu kan? Atau pakai video-video, atau mungkin pakai... selama ini kan kita selalu *running* itu *yah*? Jadi artinya, media cetak, kemudian lewat radio GWP, sama satu laginya tadi video-video yang kita putar di bus atau di TV-TV yang ada *yah*. Kayak yang disini, di ruang tunggu situ, ada juga di tempat-tempat lain *lah*. Jadi kita putusin, ini mau pakainya yang mana, gitu *yah*. Termasuk tahun lalu kita ada inisiatif lebih *yah*, contohnya cetak tapi gak pakai baliho, tapi karena dia fokusnya masalah sabuk pengaman, jadi kita tempelin stiker. Atau kalau gak, sarung ini *yah*, sarung bus (sarung penutup sandaran tempat duduk di bus). Sehingga nanti, si kampanyenya

langsung di depan mukanya si karyawan itu sendiri, gitu *yah*. Jadi prosesnya itu *yah*, prosesnya lewat identifikasi kebutuhan, lalu kemudian perencanaan *yah*. Kalau sudah sepakat, “*Oke, pakai ini. Ini lebih efektif, pakai ini, ini, ini...*”, baru kemudian eksekusi. Eksekusinya ya kita butuh tim kan? Ada Mba Gina, ada Mas Riswan. Mba Gina sama saya biasanya ngerancang konsepnya. Kayak contohnya, tulisannya apa? Pesannya apa? Itu biasanya saya sama Mba Gina. Kalau sudah sepakat, ini pesannya, baru kemudian produksinya. Produksinya kalau cetak nanti sama Mas Riswan, dipoles-poles kayak apa bagusnya, atau bisa juga minta GWP. Kalau GWP sama mereka (pihak GWP yang memproduksi sendiri). Jadi kita bikin *draft*, kata-katanya, minta tolong dibikinin ininya, bentuk *production*-nya, bentuk jadinya *yah*. Tapi biasanya kita minta juga mereka konfirmasi dulu ke kita. Biasanya kita minta bikin dua opsi, atau tiga opsi. Nanti kita dari dua tiga tadi, kita pilih, “*yang ini aja deh.*” ya karena jangan satu opsi doang kan? Kalau satu opsi tu kan, ya kelihatannya kita disetir atau kita menyetir, jadi kurang etis aja. Kalau ini kan jadi mereka juga dikasih sedikit kebebasan, gitu *yah*, berimprovisasi gitu *kan*. Yang kedua juga kita jadi *gak* tersetir sama dia, “*harus begini, ya Pak.*”, nggak. Jadi, kita harus punya itu *lah*, fleksibilitas itu. Nanti kalau sudah jadi produknya, *nah* nanti ya tinggal dijalankan lalu itu ya, yang terakhir ya, dievaluasi. Nanti dievaluasinya, kita punya beberapa inspeksi *yah*. Kayak GWP, ya tadi, Mba Gina nanti tiap bulan dia bikin, apa *yah*, namanya *yah*... Ya inspeksi atau *monitoring lah* dia, *nyetel* radio, bener *gak* jam segini materinya ini, pesannya ini, ini, ini. Kan mereka punya *list*nya kan, pesan ini ditayangkan jam berapa? Nanti dinilai sama dia (Mba Gina), *sampling lah*. Kalau yang baliho juga Mba Niar juga udah pernah ikut kan? Sebulan sekali juga. Sejauh ini *sih*, bentuk *sampling*nya itu *sih*. Kita masih belum yang lain. Tadinya dulu pernah juga ini *sih*, video yang di bis. Cuma karena sering banget kita *nemuin DVD* *playernya* itu bermasalah, jadi *udahlah gak usah* kita lanjut lagi, ini kayaknya bukan masa depannya kampanye. Sejauh itu kayaknya kurang bagus. Itu *sih* kurang lebih.

P : *Hmm* oke begitu ya, Pak. Terus pertanyaan selanjutnya, ada *gak sih* Pak, langkah-langkah yang diambil oleh Pak Irfan sendiri untuk *ciptain* lingkungan di mana karyawan atau bawahannya Pak Irfan itu kira-kira *ngerasa* nyaman *lah*, untuk memberikan *feedback* yang jujur terkait *safety campaign* ini? Atau dalam perencanaannya *gitu*.

MI : Ya... ya keterlibatannya itu contohnya, seperti ketika mengkonsep pesan. Kalau saya sebenarnya *gak* ini *yah*... Bukan tipe otoriter, harus ini, harus ini, *nggak*. Karena kalau otoriter nanti, ujung-ujungnya yang *capek* saya juga, *hahahaha*, karena saya yang bikin *kan*. Jadi saya lebih cenderung *ngarahin*, kita butuh atau ada *issue* ini, kemudian coba ada ini *gak*, ada ide *gak*? Bagusnya lewat media apa, *gitu kan*. Seringnya saya minta ini, minta apa namanya... pendapat *gitu yah*. Walaupun sebenarnya saya sudah tau, saya juga punya jawaban. Kalau *ngerasa* jawabannya dia bagus, ya mungkin kita pakai idenya dia. Tapi kalau kayaknya ide saya masih lebih bagus, ya bakal pakai ide saya. Atau bisa juga kombinasi dua-

duanya, kolaborasi. Lalu kemudian juga, untuk materinya, juga saya biasanya *yaah*, ke si Mba Gina. “*Silakan dibikin dulu ininya...(materinya).*”, saya koreksi-koreksi aja, ini tambahin ini, kurangi ini, kayak gitu sih. Jadi memang, pendekatannya kolaboratif *yah*, partisipatif dan kolaboratif. Jadi tidak selalu diarahkan oleh saya, artinya memang...ya ini juga bagian dari, apa namanya... memberi kebebasan berekspresi *lah*, dan bagian dari kenyamanan. Orang kerja itu kan gak, gak hanya sekedar kerja kemudian dapat gaji, *nggak*. Kadang butuh pengakuan kan, *nah* jadi *yaah*... saya bebasin ini, ide-idenya mereka, tapi juga terkendali *gitu yaah*. Artinya sebelum diproduksi, kirim ke saya dulu, saya lebih cenderung arahnya *situ sih*. Jadi, diberi keleluasaan, tapi tetap terkendali.

P : Oke berarti *kan* tadi, Pak Irfan sendiri bilang kalau untuk *safety campaign* ini ada timnya sendiri, yaitu Pak Irfan sama Mba Gina untuk materi. Terus untuk produksinya itu dari Mas Riswan. *Nah*, dari Pak Irfan sendiri, bagaimana *sih* Pak, untuk menetapkan kriteria untuk memilih tim untuk kampanye ini sendiri, Pak?

MI : Sebenarnya *gak* ada kriterianya *sih*. Ya ini memang karena saya punya tanggung jawab itu *kan*. Maka, untuk sumber daya manusia itu sudah, sudah saya mulai pikirkan dari rekrutmennya. Jadi dari *recruitment* contoh ketika di posisinya si Mba Gina itu. *Yaaa*, jadi dalam proses wawancara dan lain sebagainya saya gali dulu. Kamu di tempat yang lamanya ngapain aja? Kalau ternyata belum bisa dibuka *yaah* kita terus korek juga, ya *kan*. Kamu bisa *gak* pakai ini, pakai aplikasi ini, pakai program ini? Kayak Mas Riswan itu, ya saya *challenge*, “*kamu bisa gak edit Photoshop? Kamu bisa gak video editing? Kamu bisa gak...*” Jadi memang, semua bermula dari,... jadi di *job desc position* itu, memang udah *nancep* disitu. Sehingga nanti ketika *pas* lagi mencari kandidat, *yaa* saya cari yang paling terdekat dengan itu. Kebetulan *yaa* ada ya, dan salah satu dari Mba Gina. Jadi ya ketika mereka sudah datang, ya mereka sudah tau bahwa itu bagian dari *kerjaannya* mereka. Dan ya *alhamdulillah* tadi, jadi beberapa rekrutan-rekrutan ini sejauh ini ya sesuai dengan ekspektasinya. Kayak gitu. Jadi memang mulai dari rekrutmennya, jadi kita gak bisa...apa namanya... intinya sih terbuka *yah* dari awal, jadi jangan sampai mereka *dibilangin*, “*Kamu kerjanya A.*” ternyata sudah sampai kerjanya A, B, C, D. Mereka pasti kaget, gitu. Jadi memang sudah ada keterbukaan dari awal. Harus *kayak gitu*.

P : *Okeeh...* Terus setelah ada menetapkan kriteria itu, caranya Pak Irfan untuk menilai keberhasilan mereka setelah pelaksanaan kampanye itu gimana Pak? Apakah ada evaluasi yang *dilakuin* untuk memastikan program *safety campaign* tadi sudah tersampaikan dengan baik atau *nggak*? Secara kemampuan mereka.

MI : Ini di programnya atau di si orangnya?

P : Di orangnya, di sumber daya manusianya, Pak.

MI : Kalau di programnya tadi sudah saya jawab *yaah*, ada evaluasinya *kan*. Ada monitoring dan lain sebagainya. Kalau orangnya sendiri, itu...kalau di KPC kita

ada punya namanya... ya kita sebut ini *lah*, *annual evaluation performance*, *lah* ya. Jadi, apa namanya... menilai kinerja tiap tahun. Termasuk salah satunya kalau untuk orang yang baru, itu ada IDP, *Individual Development Program* itu memang *dirunning* oleh LD (Learning Development). Jadi tiap atasan, untuk orang-orang yang baru itu bikin IDP. Jadi dua atau tiga tahun pertama, ya dibikin *planning*, harus dikembangkan dengan cara apa. Apakah dengan cara ikut *training*? Atau dilibatkan di dalam *project-project*, atau dikasih tugas-tugas tertentu. Jadi Mba Gina sama Mas Riswan itu memang masih di dalam rentang IDP, baru *kan*, mereka *kan*? Maksudnya bukan baru lulus ya, maksudnya baru gabung dengan kita (HSES), ya kita bikin itu, *planning-planningnya*. Jadi dia punya pengembangan apa, kalau *training*, maka dia *ditrainingin* – diarahkan untuk *training* ini ini ini. Kalau kayak Mba Gina *kan* memang karna *trainer kan*? Maka arahnya nanti ke tentang *communication skills* dan lain sebagainya. Sejauh ini sih mereka udah ngikutin *training-trainingnya*, kemudian ada juga dia juga, di tahun pertama dia juga ini *kan*,... apa namanya, *benchmarking* ke divisi- divisi lain, biar lebih tau gambaran tugas-tugas disana. Sebenarnya arahnya sih, untuk mempermudah ketika *training* ya. Tapi itu juga secara gak langsung juga ada kontribusi nanti di kampanye. Jadi ketika dia mengembangkan konsep, ya karena sudah ada banyak masukan waktu dia ikut program itu *kan*, nah itu bisa memperkaya dan posisi konsep atau materinya, pesannya seperti itu. Kalau Mas Riswan *yaa*, udah kita libatkan... ya termasuk ini *yaa* Bulan K3, nanti bikin poster, bikin ini ini. Dari situ *kan* bisa kelihatan, “*Oke, posternya bagus ini. Eye Catching.*” dan lain sebagainya. Jadi sebenarnya sih ya, evaluasinya dari karyanya mereka sendiri, ya *kan*? Karena bentuk-bentuk manajemennya saya ya tadi, mereka dilibatkan produknya kelihatan, kemudian *disounding* dulu, dari situ *kan* bisa terevaluasi bahwa yang bersangkutan itu istilahnya punya potensi disitu. Sejauh ini *sih yaaa*, walaupun tidak ada laporan formalnya *yah*. Ya laporan formalnya hanya di IDP tadi, karena IDP ini nanti ada formulir evaluasinya nanti dilaporkan ke HR. Walaupun tadi, itu ini ya, bukan mengevaluasi kinerjanya dia dispesifik hanya di kampanye *yaa*. Ya dia melihat kinerja di posisinya dia sebagai di jabatannya. Itu *sih*.

P : Terus *nih*, Pak. Bagaimana biasanya tim atau bagian yang bertanggung jawab untuk *safety campaign* ini *tuh* berkomunikasi ketika sedang melakukan sesi *brainstorming*? Apakah ada pertemuan rutin, atau saluran komunikasi khusus *nih* Pak yang digunakan sama tim selama bertukar ide untuk merencanakan *safety campaign*?

MI : Kalau pertemuan khusus, *gak* ada *sih*. Ya kita ini *aja*, apa *yah*... ya reaktif *aja*, maksudnya *nggak* ada pertemuan yang khusus tiap hari apa *gitu*, *nggak* ada. Jadi kayak tadi, contohnya kita tadi ada *issue kan*? Kita punya *issue* banyak pelanggaran Golden Rules ini ini ini, *gitu* ya? Lalu kemudian, dari situ nanti, ya kita *sounding aja*, *toh* juga mereka memang duduk didekat saya *kan*? Jadi langsung *aja*. Kita punya *issue* ini, kira-kira enakya bikin apa? *Gitu*, jadi ya

pertemuannya, pertemuan apa *yah*... semi, semi formal *kali yaah*? Semi formal ya di tempat kerja. Jadi *gak* ada pertemuan khusus ya dia harus hari ini ini, *nggak*. Karena sejauh ini hanya, ya sifatnya ini ya, yang saya bilang *sih* itu *project* mudah *lah yaa*? Kecuali mungkin kalau ada *project*nya yang memang besar, skala besar dan cukup rumit, biasanya kita fokuskan di suatu ruangan. Contohnya di ruang-ruangan yang kita punya *aja*. Kayak contohnya, tapi ini bukan kampanye *sih*... Tapi mungkin bisa jadi *sih*, karena kan di tahun 2024 ini juga saya kan ada konsep untuk kampanye di media sosial. *Nah* itu *kan*, saya *sounding*nya ketika *meeting section*. Tapi apakah dirancang secara rutin tiap minggu, tiap hari? *Nggak, gak* ada. Jadi ya, sambil ini *aja*, sambil lalu langang *aja*. Yang penting terkawalnya di,... kalau di KPC *kan* kita punya OTP *yah*, *Objective Target & Program*. Jadi programnya kayak tadi kampanye, targetnya kapan? *Nah* nanti itu yang *nyetir*. Ini harus di Q1, Q2, Q3, Q4, paling itu *aja*, yang penting sesuai targetnya. Kayak ini memang ada targetnya, contohnya *safety theme*, yang biasa dibaca di setiap hari Jumat *yah*, yang *safety talk*. Itu tiap bulan harus ada. Kemudian bikin video, video kampanye itu setiap bulan minimum dua. Kemudian yang GWP kayak tadi, itu minimum berapa kali pemutaran *spot*-nya. Jadi kita kuncinya ditarget- target tadi. Ada yang bulanan, ada yang *quarteran*, ada yang semesteran, *kayak gitu*. Jadi kalau dari pertanyaannya ada *plan* khusus, Ya ada, tapi kita rancang *gak* terlalu formal-formal banget, semi formal *lah*. Kecuali tadi, kalau ada *project gede*, kita baru formal. Kalau ini *sih kayak gitu*, dan sejauh ini hanya melibatkan tim internal *section doang*. Jadi *gak* perlu momen khusus *lah*. Kecuali melibatkan lintas *section*, lintas *department*, itu biasanya kita *meetingin*, mungkin pakai *Zoom*, atau pakai ketemu langsung. Tapi sejauh ini belum ada *sih*.

- P : Berarti sejauh ini belum ada *safety campaign* yang melibatkan antara departemen sama divisi itu belum ada, *yah* Pak?
- MI : Paling hanya pemutarannya aja *yah*. Pemutaran sananya... Tapi ketika proses merencanakan mau bikin apa... materinya *kayak* apa, *nggak*. Masih di kita sendiri (*internal section HSES-TS*) aja. Sejauh ini ya dari *Manager* kita *yaaa*... memberi keleluasaan aja. cuma nanti paling, *pas* eksekusinya *yaa* tadi. Ketika mau diputar di bus (video *safety*), kita infoin tim *transport*. Ketika kita mau *masang* dimana, ya kita hubungin pihak-pihak terkait, *gitu aja*.
- P : Terus, pasti *kan* dalam perencanaan itu, mungkin sering ada perbedanpendapat, selama sesi merencanakan itu Pak. Nah, caranya Pak Irfan sendiri dalam menangani perbedanpendapat itu gimana Pak?
- MI : Iya, tadi sebenarnya sedikit disinggung ya. Jadi ketika nanti bikin produk kampanye apa, biasanya kan saya melibatkan ini *yaa*, melibatkan personel-personel *kan*? Mba Gina, Mas Riswan. Ya sebenarnya itu tadi, saya *sounding* dulu, “*Ada ide apa?*” lalu ada ide ini ini ini. Biasanya kalau saya minta ide *nggak* cuma minta satu. Intinya ada beberapa, nah lalu kemudian di antara pilihan tadi nanti saya evaluasi mana kecenderungan yang kira-kira lebih tinggi

efektivitasnya. Kalau sudah pilih itu, itu kan bagian dari tadi *yah*? Ada membuka banyak wacana *gitu*, artinya banyak kreatifitas. Tapi ini *lah*, ada penghargaan dari kreatifitasnya tim ini, tapi juga tadi, tetap terkontrol *lah* ya. Terkontrolnya ini ya, kadang-kadang itu tadi, saya akan memberi koreksi, “*ininya dikurangi, ininya ditambahi...*”. Ya sejauh ini *sih*, *gak* ada benturan ya. Saya *gak tau*, apakah mereka (Mas Riswan dan Mba Gina) melihat saya karena atasannya, padahal saya sebenarnya *open aja gitu*. Nah kalau pun ada, biasanya tetep saya akan memberi alasannya. “*Kenapa ini harus ditambahkan? Karena, begini... Kenapa yang bagian ini harus dirubah? Karena begini...*” Jadi intinya *sih*, perbedanpendapat itu *sih* wajar *lah yaa*. Bahkan kadang-kadang justru sebaliknya, dengan perbedanitu menjadi saya berpikir, “*Oh iya juga yah? Saya kadang-kadang punya ide apa, tapi ketika dapat masukan dari ini, ide saya akan sedikit saya modifikasi.*” Jadi buat saya *sih*, banyak perbedanitu, ya memperkaya *aja*. Cuma tadi, tetap karena tanggung jawab ada di saya *yaah*? Jadi tetap saya harus mengontrol. Contohnya, terkait slogan-slogan, *gitu yaah*. Kalau kayak si Mba Gina kan, kalau dari tipenya kan memang *typical...* kalau di orang psikologis *tuh*, *sanguine yaah*. Masih ingat ya? *Sanguine*, plegmatik, apa lagi *yah...* melankolik, *gitu kan*? *Sanguin* kan, heboh *gitu kan*. Nah dan dia kayaknya, lumayan cukup aktif di media sosial *gitu kan*. Jadi dia *yaaa...* gaya-gayanya *yaa* gaya-gaya anak muda jaman sekarang *lah yaa*. Jadi kadang-kadang tadi ketika dia bikin slogan-slogan, *yaa* dibawa dengan *backgroundnya gitu kan*? Jadi kadang-kadang terlalu anak muda, *hahahaha...* Itu kadang-kadang sedikit saya koreksi *tuh*. Kenapa saya koreksi? Ya tergantung ininya ya, tergantung tema materinya, kalau contohnya *safety theme*. *Safety theme* ini kan nantinya memang didesain dibawakan tiap *safety talk*, dan ya *safety talk* itu *kan...* apa ya, istilahnya medianya itu saya lihat, kecenderungan dari dulunya *yaa*, itu memang sedikit formal banget *yah*, formal banget. Jadi ya saya sedikit arahkan... materinya *dapet*, ya intinya, tapi bahasanya *aja* saya koreksi. “*Mungkin lebih bagus ke arah sini nih, biar lebih keliatan formal.*” Tapi kalau nanti ke arah, contohnya kampanyenya di radio, nah itu biasanya *gak* masalah kalau sedikit berbau-bau anak muda, *gitu yah*. Karena *kan*, ya radio, GWP *yah*? Ya yang saya lihat, pembawaan si presenternya juga gaya anak muda, *gitu kan*? Saya juga, kemungkinan besar yang mendengar juga anak muda. Kalau kayak *gitu* yaudah *gapapa*. Jadi ya materi-materi radionya yang sedikit kekinian, ya *gapapa*. *Toh*, materi juga dari Mbak Gina dan nanti akan dikemas ulang oleh pihak radio sana. Jadi ya saya ini *aja*, menyeimbangkan ke situ *aja*. Artinya, tetap menikmati itu... perbedanitu jadi fleksibel *gitu*. Nanti Mbak Niar coba lihat *aja*, kayak di *banner-banner* atau di *baliho*. Itu *kan* pesannya bervariasi, *kan*? Ada yang kesannya kayaknya formal banget, ada juga yang kesannya santai, dan ya memang harus begitu kalau menurut saya.

P : Berarti *gak* melulu formal terus *gitu* ya Pak?

MI : *Nggak...* dan kedepannya kemungkinan besar malah lebih *banyakan* ke yang santai-santai begitu. Karena operator-operator sama mekanik-mekaniknya KPC

juga udah mulai berganti generasi, *kan*? Dan memang harus menyesuaikan dengan itu. Karena mungkin populasinya malah lebih *gedean* anak muda, dan anak muda *kan* cenderung *yaa* bosenan, *gitu yah*? Kalau terlalu formal ya bosan. Nanti kita lihat aja *kayak safety theme* itu. *Safety theme* itu isinya masih formal, tapi slogan-slogan di atasnya itu sudah mulai sedikit kita... apa *yah*... ya (dibuat) lebih menarik *aja lah*. Itu *sih*.

P : Terus apakah ada aplikasi atau *platform* khusus *gak*, Pak yang digunakan sama tim untuk mempermudah karyawan KPC dalam mengakses *safety campaign* ini?

MI : Dalam mengakses? Bukan 'membuat', *yah*?

P : Dalam mengakses *safety campaign* ini. Mungkin ada saluran khusus biar mereka bisa lebih mudah akses daripada *ngeliat banner* dan lain-lainnya, *gitu* Pak.

MI : Ya itu *sih*. Sejauh ini kita baru punya itu ya, *banner* kan aksesnya lewat ya mereka tinggal lihat itu *aja*, yang cetak-cetak itu *kan* tinggal dilihat *aja*. GWP juga tinggal buka *aja* saluran GWPnya. Cuma ya memang saya juga sudah melihat bahwa ada satu hal yang kita masih kurang, ya itu adalah ke media sosial. Ya itu memang sudah masuk ke ini... *objective targetnya* divisi, mulai tahun ini. Kita akan coba eksekusi, mulai dari mana dulu kira-kira. Karena sejauh ini *yaa*, yang kita lihat ya secara umum, ya tadi ya... Si media sosial ini dia punya... digunakan *lah yaa*, digunakan secara besar-besaran *kan*, dan itu harusnya jadi peluang buat kita, untuk berkampanye disitu. Jadi kalau 2023 ke belakang, ya masih sifatnya masih,... *old school lah* ya, dari baliho banner poster. Jadi kita memang kurang dari situ, belum ada media sosial, dan tahun ini *Insha'Allah* akan kita eksekusi *lah*. Paling kita mulai dulu dari *WhatsApp*, sama apa ya. Saya gatau atau mungkin *Instagram* paling? Karena *kan*, kita sudah punya *kan*? *WhatsApp* sudah ada, kemudian *Instagram*. *Instagram* tuh bulan-bulan K3 *kan* pakai *Instagram*? Nah mungkin kita bisa pakai dua ini. Kalau TikTok saya gatau ya, TikTok agaknya gimana ya? Agak terlalu... saya gatau *lah*.. Saya perlu pendapat yang lain dulu. Kalau saya *sih*, itu pribadi TikTok *kayak* terkesan terlalu santai *yaah*? *Hahaha*... Makanya cocok *gak yah* pakai TikTok? Ya tapi ya kita gatau, liat *aja* nanti. cuma kalau yang *Instagram*, *Facebook*, tapi saya gatau *sih* kalau *Facebook* bisa. Tapi yang pasti kita mulai dari *WhatsApp* sama *Instagram* paling. Kemungkinan besar itu *sih* paling.

P : Oke terus, ini *kan* tadi sudah antara bawahan atau tim yang mengurus *safety campaign*. Nah ini lanjut ke antara Pak Irfan sama atasan. Nah itu, bagaimana *sih* Pak Irfan biasanya *nyampein* informasi atau *feedback* soal *safety campaign* ini ke atasan?

MI : Kalau ke atasan ini agak,... momen-momen yang pasti itu dia di awal tahun. Awal tahun *kan* KPC harus bikin program. Jadi di *meeting* pembuatan program itu, ya salah satunya kampanye. Karena memang itu juga bagian dari *performancenya* Manager HSES Systems juga *kan*? cuma dieksekusinya oleh tim

saya *kan*. Jadi pasti diprogram itu akan didiskusiin, termasuk tadi... “*Issuenya ini. Kira-kira kampanyenya apa nih idenya*”, sebenarnya dari situ (dari *meeting*), lalu kemudian saya ke bawahan lebih mendetailkan aja. Jadi sebenarnya dilevel manajemen udah dibahas juga, cuma ya masih secara umum aja sih. Dan sejauh ini sih, Pak Gun sebagai Manager itu juga sama sih. Artinya tidak mendoktrin “*Harus begini yah!*”, *ngaak*. Jadi dia juga cukup fleksibel memberi keleluasaan sih ke kita *yah* disini. Nanti biasanya kalau kita diupdate, “*Udah sejauh mana?*” “*Ini Pak, kita udah bikin ini, ini, ini...*” “*Oh, iya oke.*” Sejauh ini sih, responnya selalu positif *yaa*. Artinya cenderung percaya *lah* ke tim HSE Training, *gitu kan?* Paling kalau dia ada *concern*, paling sesekali aja “*Mas, bisa gak kalau ini ya begini kayak ini ini...*” gitu sih. Sejauh ini sih ya tadi, kalau pertemuan formalnya tadi *yaah*, diawal ketika bikin program. Tapi setelah itunya, nanti biasanya *sih*, updatenya paling tadi aja. *Kan Objective Target Program*, nanti setiap kuartal (tiap tiga bulan) akan ditanya. “*Kira-kira ini udah belum dieksekusi?*” di *meeting* mingguan. Jadi di *Department HSES Systems* itu ada *meeting* mingguan. Ya biasanya ya diupdate, “*Ini, OTP ini sudah sejauh mana?*”, itu semua ditanya, dari audit (SAS, Safety Audit Section), timnya Mas Aji (HSES Information & Management System) sampai ke saya juga ditanya pasti. Kalau momen-momen khususnya *yaah*. Diluar itu juga ya, ada momen-momen yang tidak terjadwal ya. Artinya secara simultan tiba-tiba *ngasih tau*, biasanya ya kalau ada keluhan atau... keluhan jarang *sih* biasanya masukan dari KTT. Dari KTT “*Nih ada issue ini. Bisa gak tambahin ini?*” Jadi langsung nyampain ke saya, “*Mas bisa gak bikin ini pesan radio yang begini?*”, artinya ini ya diluar program yang sudah kita rancang diawal, itu juga banyak juga, atau baliho tentang ini. Jadi ada yang sifatnya eksplan *gitu*, dan ada juga yang sifatnya *yaah* simultan *ajaah gituh*. Lagi pas butuh ini, ya kita bikin ini, lagi butuh ini, buat ini. Cenderung *gitu sih*.

P : Kalau gitu ini lanjut ke lebih detail ke soal perencanaan *safety campaign*, ya Pak. Kalau menurut Pak Irfan sendiri, *safety campaign* yang baik dan mudah dipahami oleh para karyawan atau kontraktor itu seperti apa, Pak?

MI : *Safety campaign* yang baik *yah?* Ya, sebenarnya kalau menurut saya mulai dari medianya dulu ya. Karena yang paling penting itu...kalau kampanye itu *kan* terkait dengan ajakan *yah?* Persuasif *kan?* Maka kalau konsepnya kalau...ngukurnya *yah*, ngukurnya suatu ajakan itu efektif atau nggak, ya tadi. Maka ajakannya itu harus ada *feedbacknya kan*. Nah kalau kita ajak, tapi orangnya *diem aja kan*, berarti artinya pesannya *gak nyampe*. Tapi ketika kita ajak, ada respon. Nah responnya bisa menolak, bisa mau *gitu kan?* Nah jadi ketika ada respon, dan responnya sesuai dengan apa yang kita mau, ya itu *lah* yang disebut berhasil *kan?* Nah maka, dengan konsep itu, filosofinya itu, maka yang bagusya apa? Satu, dari sisi tadi, untuk mengajak kira-kira pesannya itu,...sebelum konten *yah*, melalui apa dulu? Menarik atau *nggak?* Ada ajakan, ya *kan?* Kalau kita *ngajak* seseorang, tapi dia dari awal aja dia *gak* tertarik. Ya mungkin, ngapain juga *ngedengerin* materinya juga. Dari awal juga *gak* tertarik, ya *kan?* Maka tadi

saya bilang, medianya harus tepat *gitu yaah*. Makanya tadi kita buka berbagai macam bentuk medianya, *yaa kan*. Ada visual, ada audio, ada audiovisual. *Kan* lengkap tuh ada tiga-tiganya. Jadi kita harus membuka seluas-luasnya *laah*, bentuk aksesnya *kan*. Karena kita *gak* pernah tau si A cocoknya yang mana, si B cocoknya yang mana, kita *gak* pernah *tau*, dan memang belum ada surveinya juga di kami *kan*. Maka lebih baik, *yaudah* kita *banyakin* jenisnya *aja*. Walaupun secara teori *kan*, yang paling bagus *kan* audiovisual *kan*? Nah kalau visual, sekian persen, audio sekian persen, audiovisual yang paling bagus *kan*? Walaupun tadi, kita selama ini kalau ditanya paling banyak divisualnya *yaah*. Pengennya *sih* di audiovisual, tapi jaringannya *kan* memang terbatas *kan*? *Hahaha*, jadi intinya *sih* kita membuka berbagai macam variasi ya, jadi artinya yang bagus itu ya tadi, seharusnya memang beragam bentuknya, *yaa kan*? Lalu kemudian, selain bentuknya beragam, dia harus mengena tadi, di media yang lagi populer *gitu yah*? Kita harus *tau* ininya,...targetnya, targetnya kita siapa? Pekerja. Kita sebenarnya harus *tau*, pekerja kita tadi, berdasarkan usia, berdasarkan apa...harusnya *kan* ada *yaah*. Ya secara umum *sih*, kalau sekarang mungkin lebih *banyakan* generasi-generasi ini ya, umur-umur dibawah 35 *kayaknya* ya paling banyak disini. Bawah 35, kemudian itu paling banyak, kemudian yang keduanya ya 35 sampai 45, baru sisanya 45 ke atas. Sehingga, tiap generasi itu memang beda-beda. Ada yang, kalau yang orang-orang dulu *kan* senengnya ya mungkin yang formal-formal, *gitu yaa kan*? Nah itu bisa aja dengan cara kita pakai baliho, pakai apa *gitu kan*. Nah untuk yang umur-umuran saya *yah*, 35-45, latar belakangnya *kan* pada saat itu, media yang paling populer *kan yaa* radio, *gitu yaah*? Radio pun kita udah punya. Nah cuma memang yang muda-muda ini, yang ternyata mereka lebih cenderungnya ke media sosial, *yaa kan*? Nah itu yang memang belum kita sentuh. Itu memang kekurangan kita disitu ya. Tapi untuk tadi, (umur) 35 ke atas ya mungkin bisa diwakili sama yang sudah ada saat ini, *yaa kan*. Lalu kemudian, baru *lah* kontennya. Kontennya ya harus *mengena*. Pada dasarnya tadi *kan*? Kontennya ada yang sifatnya formal, semi-formal, sampai ke informal *kan*? Itu juga sama, tergantung sama si targetnya tadi. Ya tapi, ya saya harus jaga. Kapan momennya harus formal, kapan maunya harus semi-formal. Tapi kalau informal *banget*, *kayaknya nggak yaah*. Karena kurang *pantes lah* kalau menurut saya. Ya walaupun kita *tau* mungkin generasi milenial atau apa, *yaaa* tetap jangan terlalu *vulgar banget* ya, formal banget. Tetap harus dijaga disitu. Jadi, kontennya tadi *sih* sebenarnya harus dijaga. Apa yang menjadi tujuan, dengan apa yang kita *create* itu harus selaras. Kadang-kadang tujuannya ke mana, tapi kita bikinnya terlalu tadi *yah*, terlalu informal. Malah justru bobotnya lebih cenderung ke bercandanya, ketimbang intinya. Nah maka, kampanye yang bagus ya kontennya tadi, harus sesuai dengan tujuan dan bobotnya juga harus sesuai. Jadi tadi, jangan...kalau contohnya ada pesan radio, *gitu kan*? Kalau kita *bikin kan*, ada mungkin pengantar *gitu kan*. Lalu, isi, penutup, *gitu kan*? Jangan sampai pengantarnya kebanyakan! 50%, isinya cuma 10%, *hahaha*, *kan* ada yang *kayak gitu kan*? Pengantar *tuh* maksudnya *kayak becanda-becandanya* kebanyakan, *eh*

intermezzonya kebanyakan, materinya *cuman* segitu satu kalimat *doang*. Jadi harus *mengena* dengan tujuannya. Jadi kalau kayak tadi *intermezzo sih* hanya sebagai bumbu. *Cuman kan* kebanyakan kadang-kadang tadi, jaman sekarang bumbunya kebanyakan daripada isinya. Harusnya kita menyeimbangkan tadi, harusnya bumbu ya seperti layaknya bumbu gitu, isinya tetap harus dijaga. Kemudian, kampanye yang berhasil selain dua hal yang tadi, dia bisa memberi efek, *gitu yaah*. Ya ada hasilnya. Poinnya *kan* yang memberi efek *tuh*, efek yang positif *yaah*, yang tadinya orang *gak tau*, jadi *tau*. Yang tadinya *gak* bisa, jadi bisa. Di bagian ini lah memang belum ada *yaah* evaluasinya. Evaluasi yang ada ya tadi, medianya *udah* banyak yang kita buat, terus kemudian *monitoring* bulanannya sudah ada. Itu *kan* hanya sekedar bendanya masih ada, kondisinya masih bagus, *cuman* efek mempengaruhi orangnya ini yang kita belum bisa mengukur. Mengukur secara akurat *yaah...* Tapi kalau mengukur yang *nggak* akuratnya, ya bisa kita lihat. Kayak contohnya tadi, sebelumnya Golden Rulesnya masalah pelanggaran *safety belt*, contohnya 5, ya sekarang liat... Kalau sekarang ternyata turun *cuman* hanya 2, itu sebenarnya bisa kelihatan. “*Oh, berarti kampanye sebelumnya udah bisa...*” Tapi ya tadi, sebenarnya kita butuh yang lebih akurat. Tapi kayaknya itu butuh *effort* yang lebih besar, *hahaha*. Kan butuh orang dibidangnya *sih*, kalau di saat ini ya kayaknya *gak* punya orang yang seperti itu. Kalau saya harus turun tangan, saya kan waktunya kayaknya, *gak* punya, *hahaha...* Entah pakai survei, atau apa, harusnya *sih* ada,, harusnya *yaah*.

P : Oke, terus lanjut *nih*, Pak. Gimana *sih* caranya Pak Irfan itu menilai kebutuhan atau masalah yang ada untuk perlu diatasi lewat *safety campaign* ini? Ada tolak ukurnya *gak* Pak?

MI : Apa tadi? Bagaimana...

P : Bagaimana cara Pak Irfan menilai kebutuhan atau masalah yang ada di KPC untuk perlu diatasi melalui *safety campaign*? Mungkin cara memprioritaskan mana yang harus dibuatkan *safety campaign*nya berdasarkan masalah yang ada.

MI : Sebenarnya tadi *udah* sedikit disinggung *yah*? *Hahaha*, sedikit *udah* saya jawab diawal. Jadi intinya itu tadi *kan*, prosesnya kan kita *nyari* kebutuhannya dulu *kan*? Nah kebutuhannya tadi, bisa lewat dari melihat kinerja kita, kinerja keselamatan pada periode sebelumnya *kan*. Kecelakaannya berapa, tentang apa, itu *kan udah* jadi prioritas ya. Karena parameter ini, itu yang akan dipresentasikan sampai ke level KTT, bahkan sampai ke direktur. Artinya kalau ini ditampilkan ke mereka, ya itu tentu *udah* pasti harus dieksekusi. Kemudian yang kedua juga dari sisi risiko. Jadi kalau di ilmu *safety kan* risiko itu membandingkan antara *frequency* sama *severity*. Nah nanti merasiokan itu, mana yang lebih tinggi. Satu tadi *yaah*, *severity*. *Severity* itu artinya tadi, yang kira-kira bisa bikin orang mati, bisa bikin LTI (Lost Time Injury), contohnya tabrakan. Atau kayak Golden Rules, itu *kan* diambil dari pernah ada kasus-kasus *fatality*, yang mati sebelumnya. Maka, semua *issue* yang terkait Golden Rules, itu pasti *severity*nya tinggi. *Cuman* apakah itu

prioritas? Belum tentu. Karena harus dilihat seberapa sering itu muncul frekuensinya. Jadi kayak pelanggaran Golden Rules, itu pasti jadi prioritas. Terutama yang *top threenya lah*. Makanya tadi saya bilang, pas di awal tahun, sekarang 2024 *nih*, kita lihat di 2023 itu Golden Rules *bridgenya* itu, pelanggaran Golden Rules itu paling banyak apa? “*Oh, ternyata tentang...ini.*”, yaudah berarti itu yang nanti akan kita jadiin target di tahun ini. Jadi menskalakannya disitu. Kemudian, selain dari sisi risiko, yang kedua ya tadi... *Issue* itu berasal dari tingkat mana? Mungkin *gak* sering, tapi kalau ini memang munculnya langsung dari Direktur, ya mau *gak* mau kita eksekusi, *hahaha*. Atau dari tingkat level *Chief*, yaudah kita eksekusi. Tapi kalau orang *safety*, selalu pasti berpikir, kalau kita selalu di ISO, kita selalu didoktrinnya adalah *risk-based thinking*. Yaa berpikir berdasarkan risiko, *risk-based thinking*. Jadi kita memprioritaskan mana yang harus dibikin kampanye, *gitu*.

P : Berarti tadi *kan* Pak Irfan bilang kalau kita tahu masalah-masalah itu dari timnya Pak Aji...

MI : Salah satunya...

P : Iya, terus kalau dari Pak Irfan sendiri biasa *ngelakuin* riset *gak* sebelum buat *safety campaign* ini?

MI : Sebentar, maksudnya riset yang kita... berdasarkan survei ke para karyawan atau apa...? *Nggak sih*. Kenapa saya *nggak*? Karena kalau karyawan, itu punya bias yang tinggi. Kenapa saya bilang bias yang tinggi? Kalau saya tanya, “*Menurut kamu kira-kira kampanye yang lagi dibutuhin, apa sih?*” Itu nanti akan terpengaruh dari dia, pada saat itu dia lagi mengalami apa, lagi punya masalah apa, mungkin “*Ya saya lagi bokek. Mungkin penting tuh dijadiin kampanye...*” ya *hahahaha*. Jadi tidak berdasarkan data, *gitu loh*. Jadi seharusnya, program itu, menurut saya pribadi itu, bukan berdasarkan opini. Opini bisa saja, tapi itu prioritas yang kesekian. Prioritas yang utama itu berdasarkan data, dan kita udah punya datanya, *ya kan*? Data tadi pelanggaran Golden Rules, data kecelakaan...itu lebih *reliable*, lebih bisa dijadikan patokan ketimbang kita survei opini, “*Menurut kalian...*”, itu *kan* opini banget. Dan opini itu tingkat akurasi *kan* rendah, menurut saya *yaah*. Maksudnya bukan sesuatu...mungkin memang lagi dibutuhin, tapi rasanya seseorang *kan* beda-beda, *hahaha*. Nah takutnya dipengaruhi oleh emosional, dipengaruhi oleh lain-lain. Sedangkan kalau data, itu *kan* udah jelas *dong*. Data *kan* fakta *gitu kan*? Faktanya ini, jadi kita butuh ini. Jadi risetnya berdasarkan data yang lebih *reliable*, jadi menurut saya apakah perlu kita harus riset itu, untuk kebutuhan *yaah*. Kalau menurut saya *gak* perlu. Karena kita punya justifikasi yang lebih kuat daripada opini. Justru kalau survei, adalah survei yang tadi, survei tingkat efektivitasnya. Jadi kita punya kampanye ini, ya menurut kalian dari materinya mengenai *gak*? Sesuai *gak*? Itu yang perlu disurvei. Karena kita memang butuh apa yang mereka rasakan *kan*? Tapi kalau kebutuhan, mungkin kalau yang lain-lain kayak *marketing* butuh *kan*? Karena memang

mereka targetnya, mereka adalah targetnya pasarnya, *gitu kan*. cuma kalau *safety*, *nggak*. Kalau *safety* bukan berdasarkan atas itu *gitu loh*, bukan “*Apasih yang saya rasakan?*”, tapi bisa juga. Nah selain dari data itu, memang yang kekurangan dari kita itu adalah masukan dari orang-orang. Tapi sekarang timnya Pak Gun juga lagi buka itu. Jadi nanti, di tahun ini dia lagi *ngebuka kayak...* ya ini *lah* saluran untuk menampung masukan-masukan dari para pekerja. Cuma apakah nanti- apakah itu menjadi dasar yang wajib harus dibikin kampanye? Itu beda nantinya, belum tentu. Jadi artinya, kita tetap membuka itu. Kalau saya pribadi, *nggak*, selama ini belum pernah. Tapi, berdasarkan masukan audit SMKP yang kemarin (tahun 2023), itu dirasa- mereka merasa perlu, sehingga dibikin, tahun ini *tuh* lagi dibikin sama timnya Mas Aji (saluran untuk menerima masukan dari para karyawan, yang dibuat oleh HSES Information & Management System). Jadi *tetep* untuk mengambil kebutuhan-kebutuhan memang larinya kesini, memang bisa seperti itu. Nanti di tim saya itu hanya menindaklanjuti kebutuhan tadi. Dari tim saya, dari tim kampanye, kamu bisa menawarkan apa? *Kayak gitu sih*. Ya artinya memang, survei kebutuhan ini, tadi ya, kalau kebutuhan dari *safety* secara umum, itu sudah ada, tapi dilakukannya sama Mas Aji. Tapi kalau survei yang tadi, berdasarkan di tim saya, itu *nggak* ada, dan menurut saya- saya *gak* perlu harus bikin lagi ketika sudah ada yang bikin, *hahaha*. Hanya masalah pembagian *jobnya* saja, dan apakah itu yang nanti akan dibikin kampanye? Belum tentu! Karena tadi, masukan-masukan itu *kan* harus disaring dulu, karena Pak Gun juga merasa. Tapi itu memang diwajibkan harus ada, di SMKP harus ada tentang masukan-masukan dari para pekerja, *yaa kan?* Tapi berdasarkan pengalaman kita, saluran-saluran ini, berdasarkan pengalaman kita *yaah*, itu biasanya isinya bukan rekomendasi. Tapi lebih banyaknya keluhan-keluhan, *hahahaha*. Nah itu dia, curhat. Jadi pertanyaannya, apakah itu akan selalu dijadikan kampanye? Ya *kan* belum tentu. Karena tadi, itu lebih banyaknya ke emosional, perasa, dan itu belum tentu valid. Sehingga, yang memiliki derajat- prioritas kevalidan tinggi, ya tadi data-data kecelakaan, data pelanggaran, itu fakta, itu wajib menurut saya harus *di follow-up* dalam bentuk kampanye. Tapi dalam bentuk masukan-masukan, ya belum tentu. Kalau menurut saya pribadi *loh ya*.

P : Terus *nih* Pak. Bagaimana sih caranya Pak Irfan untuk merencanakan alokasi waktu dan sumber daya dalam merencanakan sama melaksanakan *safety campaign* ini?

MI : Kalau alokasi waktu *tuh* sebenarnya saya *nggak* memaksa. Jadi saya memang- saya memberi kebebasan, bermainnya di target. Tadi contohnya Mas Riswan, sebagai PICnya bikin video, sebulan dua (video). Mau dia *ngerjainnya* kapan, ya bebas terserah aja, yang penting saya tahunya sebulan harus ada dua (video). Tapi kalau alokasinya harus saya- “*harus hari ini, harus hari ini...*”, *nggak*. Ya saya pikir mereka bukan anak kecil lagi *kan*, *hahaha*. Mereka sudah dewasa dan mereka bisa- harusnya di level itu sudah bisa membagi waktunya sendiri *lah*. Jadi tidak ada alokasi waktu khusus, itu *nggak* ada, yang penting *by target*, jadi alokasi

waktunya sesuai targetnya. Jadi *nggak* ada “*Oh setiap hari Senin saya harus meluangkan waktu untuk ini,*” *nggak*. Harusnya kapan saja mereka mau berkonsultasi terkait dengan kampanye, yang namanya atasan harus selalu terbuka gitu. Kecuali lagi *meeting yaah*, kalau lagi *meeting* ya mau *gak* mau nanti dulu. Tapi selama lagi *gak* ada *meeting* yang lagi *running*, ya mereka bisa kapan pun diskusi. Jadi *gak* ada waktu khusus tertentu, *gak* ada. Penting tadi, tapi juga terkendali karena ada target, mau *gak* mau dia harus *ngejar* itu. Ya paling kita, *ngerancang* ini aja, targetnya aja. Apa yang harus selesai di kuartal satu (Q1), apa yang harus selesai di kuartal dua (Q2). Lalu kita rancanganya disitu aja.

P : Terus, tadi kan Pak Irfan bilang ada proses evaluasi nih Pak, soal *safety campaign*. Nah, proses evaluasinya itu bisa diceritakan *gak* Pak? Mulai dari yang tiap-tiap *campaign* itu proses evaluasinya gimana?

MI : Kalau tiap programnya tadi, ya evaluasinya dari laporan bulanan tim *aja*. Misal GWP, ya melalui tadi, *monitoring* itu tadi...dilakukan atau *nggak*, waktu-waktunya *bener* *nggak*. Lalu kemudian juga kalau kayak video dan lain sebagainya, saya juga liatnya dari laporan bulanan. Bulan ini bikin berapa? Tentang apa? Apakah dia bikin sesuai dengan yang saya instruksikan? Harus bikin baliho ini apa *nggak*? Karena kalau dari sisi evaluasi kontennya atau apa kan saya memang terlibat langsung diprosesnya. Jadi *nggak* ada waktu evaluasi khusus-tertentu, *nggak* ada. Karena memang saya terjun disitunya *kan...* Isinya tentang apa? Kemudian nanti desainnya kayak apa? Seperti Mas Riswan itu, sebelum mau cetak, ya dia bilang dulu, “*Mas Irfan, bentuknya kayak gini gimanaa?*”, “*Oke, bagus.*” Jadi memang, kalau evaluasi yang khusus diakhirnya, ya saya hanya bergantung di *monthly report*, laporan bulanan. Kalau evaluasi yang khusus di tiap-tiap kampanyenya, *nggak* ada. Karena tadi, saya sendiri terjun langsung kesitunya ya. Kecuali saya kayak, “*Udah kamu bikin, saya terima bersih.*” Baru habis itu saya kontrol, nah itu beda lagi. Jadi karena memang saya terlibat langsung ketika mulai dari konsep sampai *production*, walaupun tadi ya, mereview, maka *gak* perlu harus ada evaluasi khusus lagi. Paling tadi aja, kalau targetnya sebulan sekali, *bener* *gak*. Kalau targetnya seminggu dua kali, *bener* *gak*. Paling gitu aja sih, untuk evaluasinya baru sejauh itu. Ya kayak tadi, kalau evaluasinya ini efektif atau *nggak*, itu memang belum- belum ada. Kayak yang saya katakan ya, itu butuh *effort* besar, dan perlu ada spesialisnya sendiri, dan kayaknya *gak* ada di kita (di HSES Systems). Sejauh ini kan si Mba Gina kan merangkap ya, dia *training* juga, bikin kampanye juga. Sedangkan kalau untuk mengevaluasi tadi, itu kayaknya harus memang orang yang dibidangnya, harusnya ya. Maka kalau sampe ke arah situ, masih belum ada.

P : Ada *gak* sih Pak, contoh konkret atau studi kasus di perusahaan KPC yang bisa digunakan untuk menggambarkan perubahan positif dalam sikap karyawan setelah program kampanye ini berlangsung?

MI : Membandingkan- Sebenarnya awal mulanya *issue* itu kan dari data statistik pelanggaran Golden Rules, dari statistik kecelakaan. Maka dari perubahan positifnya ya tadi, meng-*compare* tadi (data-data). Dengan adanya- kita sudah ada kampanye-kampanye ini, kira-kira itu turun (tingkat pelanggaran dan kecelakaan) atau *nggak*, atau justru malah naik, makin banyak, *hahaha*. Ya itu maksudnya itu ya? Ya kalau sejauh ini *sih*, kemarin itu kan kalau kampanyenya lebih banyak ke-... kalau yang saya banyak lihat kemarin ke *safety belt* ya. cuma kalau yang 2023nya saya belum bandingin. Nah itu kemarin ada beberapa kali *issue*, sekarang berkurang, itu contohnya ya. Jadi kita bandingin, bandingin, statistic ke statistic. Walaupun apakah itu valid? Ya jawabannya belum tentu. Karena bisa jadi, penurunan (angka kecelakaan dan pelanggaran) itu bisa jadi faktor *laah*? Bukan cuma hanya di tim saya ada kampanye, kadang juga bisa jadi karena *effortnya* tim sana juga, yang banyak inspeksinya. Nah itu dia, untuk kita mengukur seberapa itu kualitasnya, ya apakah itu dari kampanye, ya kita masih belum tau *toolsnya*. cuma yang paling mungkin kelihatannya ya, paling dari itu aja *sih*. Kayak contohnya mungkin kayak yang tadinya tentang Ikrar Keselamatan, setelah itu mereka hapal *nggak* Ikrar Keselamatan. Dulu mungkin kan *nggak tau* Ikrar Keselamatan itu apa. Cuma lagi-lagi tadi, jadi kampanye itu kan hanya salah satu bentuk usahanya kan? Apakah mereka jadi tahu Ikrar Keselamatan gara-gara kampanye, itu kita *gak tau*. Jangan-jangan bisa jadi mungkin dari kampanye kita, atau bisa juga dari *effort* yang lain. Itu kan, susah *tuh* ngukurnya, *yaa gak*? Karena perubahan positif itu tadi kita *gak tau* dia berubah positifnya itu gara-gara yang mana? Atau bisa jadi mungkin semuanya berkontribusi. Ya mungkin karena ada inspeksi juga, sekaligus juga ada *banner-banner* juga. Jadi memang agak-agak-kita lihat indikatornya dari mana, yang akurat ya, kalau kita mau lihat yang akuratnya, ya itu tadi. Kita butuh *tools*, dan kita belum tau *toolsnya tools* seperti apa. Kecuali ya kita survei, nah itu yang kita mungkin- salah satu...PR kedepannya, *hahaha*.

P : Oke, ini saya cuma *pengen tau aja sih*, Pak, diluar *list* pertanyaan saya. Baliho, *banner* sama poster itu kan kalau dari tim HSES-TS sendiri, untuk pemasangannya itu dimana *aja* ya Pak kalau boleh tau? Spot-spotnya yang dipasang sama *sectionnya* Pak Irfan itu dimana aja Pak?

MI : Jadi kita kalau yang media cetak itu, ada yang dalam bentuk baliho ya. Kalau baliho itu ada di *Checkpoint* Ulin, satu, yang *gede-gede yaah*. Sama Tango Delta, dua. Terus kemudian, yang ukurannya agak-agak sedang, agak kecil, di Tango Delta ada satu, yang di M6 ada satu, jadi total ada empat yang jenisnya baliho *yaah*. Kemudian ada juga yang bentuknya spanduk-spanduk, itu yang kemarin inspeksi bareng sama Mba Gina, itu kan kalau dilihat- saya *gak* hafal semuanya ya. Tapi cuma yang pasti, di dekat M6, di depannya itu ada satu. Terus pertigaan CPP ada satu. Kemudian yang di *Checkpoint* Tango Delta jug ada satu, tiga. Kemudian yang di Tanjung Bara, mungkin ada dua. Kemungkinan besar *sih* ada sekitar enam, tapi kayaknya lebih deh pas lagi inspeksi *sih*. Ada sekitar segitu.

Kemudian kita juga ada *standing banner*, itu sudah ada empat. Sekarang ditaruhnya di M4. Itu sih paling cuma ditaruh pas lagi ada penggunaan di M4, atau pas lagi ada acara-acara besar, *yaah?* Kayak kemarin itu, yang di GOR (*Safety Conference Meeting*), paling ditaruhnya disitu, ya untuk meramaikan *lah*.

P : Berarti untuk pemasangan yang sudah tadi Pak Irfan sebutin, sama pemasangan banner atau spanduk di daerah Pit tambang itu beda ya Pak?

MI : Beda, beda. Kalau yang ada di dalam tambang itu, nanti itu otorisasinya si divisi itu. Karena kalau di tambang, satu, butuh akses khusus. Kemudian juga resikonya tinggi, dan kita kan bukan pemain tambang tiap hari. Malah justru lebih beresiko. Makanya kalau yang di tambang itu, itu otorisasinya MOD (*Mining Operation Division*). Jadi MOD *lah* yang punya tanggung jawab *membikin* spanduk-spanduk disitu. Kemudian kalau yang di dalam *workshopnya* sendiri, nah itu MSD sendiri. Jadi kita- kalau Tango Delta kita bermain di zona-zona umumnya. Kayak *Checkpoint*, itu kan *gak* ada pemiliknya *kan?* Nah karena *gak* ada pemiliknya, divisi khusus, ya kita yang ambil alih, *hahaha*.

P : *Oohh*, berarti lebih ke tempat-tempat umumnya, ya Pak?

MI : ...tempat-tempat umum. Karena memang kalau di KPC *kan* pada dasarnya tiap divisi itu punya program juga. Jadi kita- yang di Tango Delta, kita yang umum-umumnya. Kontraktor juga mungkin dia punya program-program kampanye *kayak gitu* juga.

P : Berarti kalau dari *sectionnya* Pak Irfan sendiri, pernah *ngasih* materi *safety campaign* yang dibuat, ke department lain atau *nggak* Pak? Kayak ke MOD, yang mereka harus tampilkan di daerah Pit tambang itu...

MI : *Nggak, nggak*. Paling kita, video-video *yaah*. Tapi kita *sharenya* tadi- kalau dulu kita pernah kasih ke MSD, kan dia di *workshopnya* ada tv-tv *tuh?* Nah kita kasih itu. Cuma kita *gak supply* secara regular sih. Kalau mereka minta, baru kita kasih. Tapi kalau mereka *gak* minta, ya *nggak*. Karena tadi, mereka punya program sendiri. Artinya kalau mereka *nggak* minta kan, berarti dia *gak* ada kebutuhan itu. Kalau *gak* ada kebutuhan, kita *supply*, juga belum tentu ditampilkan. Jadi biarin aja mereka, itu otorisasinya mereka kan. Tapi kita selalu siap kalau mereka contohnya membutuhkan, ya kita kirim.

P : Berarti sistemnya *kayak by request* gitu ya Pak?

MI : *Hu-uh...* Karena tadi, tiap zona itu dia punya... kalau kerajaan istilahnya punya tuan tanah sendiri *gitu yaah*, punya otonomi *lah*. Karena apa? Kalau kita maksa kesitu, dan kita yang masang juga, kita *gak tau* risiko yang disitu apa. Kayak contohnya kita masuk-masuk ke tambang, kita niatnya bagus mau masang itu... Tapi kita *gatau* resikonya, takutnya malah kita yang ketabrak, kita yang kelindes, kan sama aja bohong. Kita mau kampanye, malah kita yang jadi korbannya. Atau

ke *workshop*, kita *gatau workshop* di titik mana kita boleh *nempel*. Jangan-jangan kita nempel disitu malah ngehalangin kerjanya dia, atau mungkin naik-naik ke atas malah kita jatuh dan sebagainya. Malah justru menambah risiko baru lagi. Jadi, biarkan *aja*. Tiap tempat dia punya orang yang ngerti di daerah itu sendiri, biar mereka yang menjalankan itu. Kalau pun mereka minta, paling kita cuma hanya men-*supply* materinya aja. Kalau kayak memasang dan lain-lain, ya mereka sendiri. Takut-takut nanti malah kita yang kecelakaan *kan, hahaha*.

P : Oh, iya Pak, terus mau nanya lagi, untuk yang spanduk Golden Rules yang kayak- kan kalau misal bulan ini kan yang titik jepit, nah itu untuk produksi pembuatan desain sama isinya itu dari HSE Training Services *section* Bapak sendiri atau...?

MI : Iya, iya betul. Kalau yang tadi pertanyaannya apakah pernah ke divisi, ya itu cuma satu itu doang. Kalau itu memang kita distribusiin ke divisi-divisi yang lain. Cuma kalau yang masangnya, bukan kita (HSES-TS).

P : Oh, berarti masangnya perdivisi sendiri ya Pak?

MI : *Huh-uh...* Jadi kita itu hanya memasang di zona-zona yang umumnya saja. Kalau nanti dipasang di *workshop* atau dimana, ya orang *workshopnya* sendiri (yang masang), di titiknya dimana itu... Ya itu sih, saya lupa, itu doang.

P : Berarti distribusi yang tadi materinya ke divisi-divisi lain itu lewat apa, Pak?

MI : Hmm, kita langsung- kita *nyetak* itu biasanya sih, tapi yang *nyetak* bukan kami, yang *nyetak* biasanya kalau *gak* salah timnya Mas Erwin (*Commissioning*). Itu dia cetak banyak-banyak, lalu mereka (divisi-divisi) suruh pada *ngambil*. Cuma materinya kita- tulisannya apa, desainnya apa *gitu*. Kita bikin, yang memproduksi- setahu saya sih kayaknya Mas Erwin, lalu nanti tinggal diambil aja di Tango Delta.

P : Oh, *gituu...* Oke, mungkin kalau pertanyaannya itu *aja sih* Pak. Terima kasih banyak
Pak Irfan.

MI : *Okeeh...* Sama-sama Mbak Niar.

**Transkrip Wawancara Supv. Desktop & Publishing dan Specialist HSES Training,
Mas Riswan Gunawan dan Mbak Gina Wardhani**

P : Peneliti

RG : Riswan Gunawan

GW : Gina Wardhani

P : *Ahahaha*, memang sibuk *yah* Mbak Gina sama Mas Riswan... Oke, mungkin sebelumnya bakal ada yang harus Mbak sama Mas isi *sih*, yaitu kayak formulir persetujuan untuk ikut penelitian. Tapi kayaknya nanti aja terakhir diisnya, Mbak, Mas. Kemudian, ini wawancaranya saya izin rekam *yah* Mas, Mbak?

GW : *Huh-uh...huh-uh...*

RG : Iya silakan.

P : Mungkin untuk pertanyaan pertama *nih*, Mbak- langsung aja *yah* Mbak, Mas?

GW : Iyaa! Langsung *aja*, langsung *aja*. Pertanyaannya gimana? Sepatah dua kata daripada manajemen sekalian...? *Ahahahaha...*

P : *Ahahahaha...* Mungkin sebelumnya saya mau mastiin dulu *nih* Mas, Mbak. Kalau ngeliat dari struktur organisasi divisi HSES kan,- kemarin saya lihat Mbak Gina itu sebagai Specialist HSES Training?

GW : *Huh-uh...*

P : Terus kalau Mas Riswan sendiri Supervisor Desktop & Publishing, *yah*?

RG : Iya, betul.

P : Nah, kalau dari Mas sama Mbak sendiri- menurut Mas sama Mbak peran dan tanggung jawab Mbak dan Mas di jabatan itu pada section ini itu apa?

GW : Kayak pertanyaan POP, *yah po*? “*Apa peran dan tanggung jawab Anda sebagai seorang...*”

P : Oh, *hahaha...*

GW : Aku *yaah*?

RG : *Huh-uh*, masih di *circle* yang sama soalnya.

GW : Perannya, *yah*? Sama tanggung jawabnya? Tanggung jawabnya *trainer* itu, kalau aku berat perasaanku tuh ya... Karena kalau *trainer* kan menyampaikan ilmu kan *yah*? Tanggung jawabnya adalah menyampaikan ilmu yang bermanfaat, *ahaha* bener kan *yah*? Karena kalau *trainer* itu salah-salah ngasih informasi, fatal kan. Apalagi kita kan menyampaikan ke level pengawas, sedangkan mereka punya anak buah. Nah kalau pengawasnya salah ngasih informasi, pasti kan dia akan salah juga tuh ngasih informasi ke anak buahnya. Nah siapa yang ngasih informasi ke pengawas ya? Ya *trainer*! Nanti kalau tanggung jawab itu sebenarnya berat *yah*, karena kita harus menyampaikan materi. Jadi tidak hanya menyampaikan aja, tapi apa? Materinya harus bener, harus sempurna gitu. Tapi kalau perannya, ya, perannya mencerdaskan karyawan... Kaltim Prima Coal, *hahaha*.

RG : *Ahahahaha*.

GW : ...masalah keselamatan. Jadi kalau- ya posisinya sama kayak guru lah. Kalau guru kan, ngajarin anak didiknya, nah kalau *trainer* ya ngasih tau infor- ya bukan ngajarin yaa. Karena mereka kan sebenarnya udah tau, cuma kita kasih informasi spesifik tentang K3. Setelahnya, memberikan materi, *training* sesuai dengan ilmu yang benernya, tanggung jawabnya, ya harus memberikan materi yang bener,

jangan sampai ada materi yang sesat. Tanggung jawabnya sebenarnya dunia akhirat sih, Mbak, kalau *training* itu Mbak. Jadi agak berat- malah jadi curhat, *ahahaha*. Karena kalau nanti salah-salah, nanti jadi ilmu yang sesat! Itu perannya, tapi kalau perannya secara keseluruhan, ya pasti berperan- bertanggung jawab untuk melaksanakan semua aturan perusahaan. Terus instruksinya KTT, sama memberi contoh yang baik untuk karyawan yang berada di level bawahnya. Misalnya, timnya, terus ngasih contoh yang bener, tanggung jawabnya yah. Itu kalau *trainer* yaah. Kalau Masnya?

RG : Ya, kalau saya... Kalau *scope of work*nya itu sebenarnya dibagi tiga yah, Niar. Pertama itu *desktop publishing*, ya itu *support-support* dari bapak-ibu *trainer* ini, materinya dari mereka-mereka ini, kita produksi menjadi sebuah iklan yang dalam bentuk baliho, poster, bisa juga stiker, yang dalam rangka ini ya.. dalam meningkatkan *awareness* tentang *safety* ke semua divisi. Kemudian yang kedua itu, tanggung jawabnya terhadap *building maintenance*, jadi semua area yang ada di Tango Delta ini dibawah pengawasan saya. Mau sampai dari *mousenya* Niar juga itu, saya juga yang tanggung jawab, *hahahaha*. *Mousenya* rusak, bahkan barang yang sekecil apapun yang rusak biasanya lapor ke saya gitu, biasanya. Nah itu untuk yang perawatan *building maintenance*. Lalu yang ketiga, itu *supervising* untuk temen-temen OB yaah?

P : *General Hand*...?

RG : Iyaa, *General Hand*. Mereka ada enam, ya secara garis besar itu.

P : Oh, iya ini ada pertanyaan ketinggalan Mas, Mbak. Udah berapa lama sih Mbak Gina sama Mas Riswan di jabatan ini- di *section* ini?

RG : Ibu Gina dulu...

GW : Aku...satu tahun...delapan hari. *Hahaha*, bener.

RG : Baru ulang tahun dong kemarin?

GW : Iya! Per 30 Januari 2023. Nah itu, kan aku jadi *trainernya* baru satu tahun. Cuma *alhamdulillah* sebelum jadi *trainer* kan aku punya pengalaman di *safetynya* sekitar 10 tahun, di bidang K3 pertambangan batubara. Jadi, ya itu sih. Kalau untuk *trainer* sendiri di KPC satu tahun, cuma kalau di bidangpertambangan sekitar 10 tahun.

P : Kalau Mas Riswan?

RG : Kalau saya sih baru *yaah*, baru Juli. Saya masuk ke HSE ini tanggal 10 Juli 2023, berarti sekarang udah delapan bulan, *yaah*.

GW : Juli, Agustus, September, Oktober, November, Desember, Januari... Baru enam bulan! Juli? Tujuh, tujuh bulan.

RG : Iya, Juli. *Sorry*, efektif kurang lebihnya tujuh bulanan lah ya. Sebelumnya- perlu dijelasin *gak*?

P : Iya, boleh boleh, Mas.

RG : *Yaah*, sebelumnya di Department Geology, posisi sebagai Senior Drafter, *scope of work*nya itu gak jauh-jauh juga dari gambar. Cuma yang membedakan sekarang itu- kalau sekarang kan berbentuk grafis, desain. Kalau dulu, berupa gambar-gambar teknik. Biasanya peta, *drawing yaaa* kayak gitu-gitu. Saya kurang lebih 10 tahun *yah*, 10 tahun di KPC, baru mau 10 tahun, bulan sembilan nanti. Saya masuk (ke KPC) 2014.

P : Berarti 2014 itu udah langsung di Geology...

- RG : ...di Geology, betul. Di Geology dengan posisi yang kurang lebih sama.
- P : Oke, berarti kalau dari Mbak Gina udah- baru setahun ya Mbak? Mbak Gina setahun, Mas Riswan baru delapan bulan...?
- RG : Iya, delapan bulan kurang.
- P : Nah, selama itu- selama durasi bekerja di section HSES ini, menurut Mas sama Mbak sendiri, proses umum dalam menyusun program K3 di KPC itu, gimana? Khususnya yang dirancang sama HSES-TS, proses umumnya dari awal perencanaan, *planning*, pelaksanaan sampai evaluasi.
- GW : Gimana, gimana? Terstruktur...?
- P : Misalnya dari perancangannya, harus ada perintah dulu *kah*? Atau mengambil inisiatif sendiri. Terus kalau ngerancang kampanye kan harus ada...masalahnya dulu- maksudnya alasan ilmiah kenapa kampanye itu harus dilaksanakan. Itu kayak mulai dari awalnya gimanaa Mbak?
- GW : Kampanye *yaah*...Karena kan, kalau aku kan bikin iklan sama bawain *training*. Kalau itu tuh, sebenarnya ada di OTPnya HSES secara keseluruhan kan. Jadi kita bawain *training*, terus habis gitu menyampaikan pesan-pesan K3 lewat iklan-iklan, iklannya kan tertulis sama lisan ya. Kalau misalnya *safety talk*, tertulisnya kan banner, terus poster- Oh, iya...lisannya juga kan dari si GWP, *yaah* radio. Nah, kalau yang- *training* dulu *yah*? Kalau *training*, itu setiap hari Senin itu jadwalnya dari bulanan. Jadi kita *training* hari ini apa, besok apa. Sebulan itu mau *training* apaa ja, itu sudah ada jadwalnya. Kita tinggal ngikutin jadwalnya aja, itu yang *training*. Tapi kalau misalnya yang banner gitu *yah*, yang kampanye K3. Nah itu, kita untuk *safety theme*, kita ngasih tema dulu nih, dalam setahun. Nah misalnya, nanti bulan puasa bulan apa *yah*? Bulan puasa itu, bulan Maret. Nah, Maret itu biasanya orang apa nih? *Fatigue*, ya kan? Nah baru kita sesuaikan tema dari Golden Rules itu, ada 12, yang paling menyesuaikan- paling dekat sama *fatigue* itu apa? Nah itu. Terus, misal kalau lagi musim hujan kita berarti harus ada kampanye musim hujan. Nah itu buat tema yang diluar tema Golden Rules. Kayak misalnya, tema-tema harian, tema-tema bulanan. Terus untuk insiden, insiden lebih banyak nih, apa? Jari kejepit! Dibuat lah iklan titik jepit. Jadi untuk iklan, yang *safety theme*, itu kita ikutan Golden Rules, cuma untuk nentuin per bulannya mau tema yang apa, itu kita sesuaikan sama saat itu *trendnya* lagi apa. Contohnya kayak puasa, tahun baru, akhir tahun, *gitu yaah*.
- Terus untuk yang tema-tema diluar Golden Rules, nah itu kita sesuaikan sama kondisi perusahaan. Misalnya insiden paling banyak tentang jari (kejepit), ya kita bikin kampanyenya jari (titik jepit). Terus musim lagi jelek nih, kita bikin tentang bahaya musim hujan, dan itu tidak cuma di secara ini aja, iklan tertulis, tapi abis itu disampaikan ke Tim yang di GWP. "Mbak, kita lagi ada banyak kebakaran nih..." gitu yaa. Jadi kita punya narasi tentang iklan kebakaran, nanti Si GWP yang produksi iklannya. "Mbak, lagi ada *Fatigue* nih, kita punya narasi tolong dibikin iklannya." Nah kalau Mas Riswan, "Mas kita lagi banyak yang terjepit nih. Kita bikin narasi, tolong bikin *bannernya*." Jadi temannya dari Golden Rules bulannya sesuaikan dengan *trendnya*. Terus kalau misalnya untuk iklan-iklan lainnya, kita sesuaikan tadi, di perusahaan ini lagi trend apa nih? Atau di Sangatta secara keseluruhan lagi banyak kejadian apa? Kebakaran, bikin pas kebakaran. Kalau misalnya sasarannya gak punya- gak hanya karyawan dari KPC kita bikin

- iklannya ke GWP. Nanti kalau sasaran cuma buat khususnya teman-teman KPC, ya bikinnya ke Mas Riswan, yang tempel-tempel stiker, banner. Jadi dua. Kalau dari aku, training samaa, kampanye safety theme. Juga. Jadi ya lebih banyak itu, inisiatif ya? Peluang mau pakai kampanye apa, temanya itu dari- kalau dari perusahaan aja, ama di luar perusahaan, gitu. Gitu, maksudnya gitu kan?
- RG : Saya lagi ya? Kalau saya sih turunannya dari si Mbak Gina. Kontennya yang dibuat- maksudnya, poster yang saya produksi, baliho yang saya produksi itu tergantung konten dan materi dari Ibu ini.
- P : Oh, isi materinya dari Mbak Gina?
- RG : Ya, betul. Nanti ke saya, itu materinya. Itu yang pertama. Kalau yang kedua, kalau sudah dari tempat lain, misalnya dari security, ada juga, dari internal divisi kita, HSES, yang pertama kita, HSES Systems. Dari security ada, dari SAS juga ada, yang tiga bulanan itu, SAFCON, safety conference. Sudah sempat ikut kan? Nah itu, biasanya ada banner di depan, itu kontennya juga dari mereka. Sebenarnya sih, kalau saya, sebenarnya, Niar... *Basicnya* bukan orang safety ya. Nggak mengerti apa sih sebenarnya safety itu. Cuma, yang jadi konsen saya itu sebenarnya, memproduksi konten, bagaimana konten itu bisa *eye-catching*, menarik untuk diproduksi jadi poster, banner, baliho, segala macam. Jadi kontennya dari Mbak Gina, terus ke saya, saya jadi- jadi materi jadi barang.
- P : Berarti untuk sisi materi dari Mbak Gina. Berarti itu ada kerja sama dengan Pak Irfan juga ya Mbak? Untuk buat materi?
- GW : Iyaa. Nanti Mas Irfan yang review. Jadi aku bikin dulu semuanya dah lengkap, baru Mas Irfan review. Tambahin ini, kurang ini ni. Ntar kalau udah jadi fix, baru kasih ke Mas Riswan. Jadi Mas Irfan tuh, kalau aku kan, cuman tau isinya. Nah cuman nggak tau nih isi itu biar menarik, dikasih apa? Kasih ke Mas Riswan, kasih gambar lah, kasih warna lah.
- RG : Kalau Niar bersedia jadi modelnya? Ditampilkan di poster mau nggak?
- GW : Iya, iya, hahahaha.
- P : Kalau ditawarkan, boleh! Hahaha.
- RG : Nanti viral
- GW : Gitu, nggak apa-apa cuman tulisan doang. Malah cuman Word aja Kasih ke Mas Riswan, "Mas Riswan, bikinin iklannya. Terserah mau butuh kayak gimana." Itu yang jadiin menariknya itu ya Mas Riswan.
- P : Berarti bagian produksi dari materi, Mas Riswan...?
- GW : Iyaa, jadi emang harus bekerja sama. Kalau aku doang nggak bisa.
- RG : Kalau saya juga nggak bisa kerja doang. Saya nggak bisa nulis konten apapun, tentang terkait safety.
- GW : Kalau aku cuma bisa isinya, tapi nggak bisa bikin mana gimana... Nah Mas Riswan yang bikin tulisan itu doang jadi menarik itu gimana.
- P : Berarti bisa dibilang Mbak Gina ngerangkap ya Mbak? Kan kalau dari jabatan kan trainer Mbak? Tapi ikut buat materi untuk kampanye...?
- RG : Sebenarnya merangkap semua sih. Saya juga merangkap jadi... jadi apa ya? Kalau dilihat dari scopenya kan beda itu, building maintenance dengan desktop yang publishing. Nah itu juga semuanya beda. Cuma ya itu, biar ada kerjaan, hahahaha.

- GW : Hahaha...Tapi itu sih, karena kenapa kita yang bikin iklan ya? Mungkin dianggapnya kan Trainer gitu ya? Yang tau isinya gimana, gimana sih benarnya? Terus kalau- misalnya itu aku, sebenarnya trainer tuh selain kita di iklan juga kita itu ada ngecek... kita juga melakukan audit, namanya audit training. Jadi ke beberapa perusahaan besar, sejauh mana sih efektivitas training mereka? Tentang training safety. Nah itu bukan di aku, tapi di Mas Hamka. Jadi Mas Hamka training plus audit, kalau aku Training plus bikin iklan. Jadi trainer ya Trainer kan ngajar sih emang karena Trainer ya? Kalau itu kalau aku yang bikin ininya (iklan kampanye) Mas Hamka itu training plus dia ngaudit, tapi pun mengauditnya gak tiap bulan, cuma 3 kontraktor besar aja. Thiess, PAMA sama Darma Henwa. Gak semua kontraktor itu di audit masalah training, cuma 3 kontraktor besar aja. Itu kalau aku bikin iklannya setiap bulan. Ya paling sebulan lebih dari sekali ya, safety theme, plus tema-tema lainnya, gitu. Itu lah
- P : Berarti materi-materi konten yang mau dijadikan kampanye ini bisa Mbak ambil dari materi training?
- GW : Iya dari materi training atau dari jurnal-jurnal penelitian, atau dari Peraturan pemerintah, Peraturan perusahaan, kadang dari KepMen, kadang misalnya dari SOP, ya banyak lah. Yang penting sumbernya jelas ya... Aku misalnya juga dari- Ya banyak sih sumbernya.
- P : Terus selama selama merencanakan program kampanye atau safety campaign itu, Mas sama Mbak Gina sendiri untuk melakukan sesi brainstormingnya itu ada sesi khusus nggak mbak? Atau ada saluran komunikasi khusus? Atau komunikasinya reflek atau spontan aja gitu? Kalau misalnya mau buat kampanye...
- GW : Rencananya komunikasinya lewat email. Biasanya ada aku, Mas Irfan sama Mas Riswan.
- RG : Email dan verbal juga. Karena kan kita duduknya masih dekatan aja. Jadi misalnya diskusi langsung aja. Kemudian formalnya langsung *by email*. Ketika sudah jadi konsep isi konten, kita komunikasinya lewat *email*.
- P : Berarti nggak ada kayak jadwal tertentu- misal dalam seminggu, dijadwalin berapa kali untuk khusus buat kontennya gitu? Nggak ada Mbak?
- RG : Nggak ada sih. Kalau saya targetnya memang ada, dari Mas Irfan. Dalam sebulan itu minimal satu produksi baik itu baliho, poster, atau apapun ya yang berbentuk media digital, gitu kan yang dalam bentuk kampanye safety. Dari Mas Irfan segitu targetnya. Cuma karena Januari ini padat bulan K3, jadi dilonggarkan.
- GW : Kalau tadi kita ada- Aku juga targetnya setiap bulan bikin safety theme. Terus kalau yang itu, Mas update ke bis juga ya? Tapi setelah aku monitoring Si GWP. Jadi kan selain kita ngasih mereka- Ini kan kita kan monitoring nih, jangan sampai iklannya nggak ditayangin. Makanya, jangan ini yaah, terganggu dengan radio di meja, aku lagi monitoring yang bener. Disetel terus!
- RG : Aku baru tau juga tuh ternyata monitoring!
- GW : Ngapain denger-dengerin dangdut kan? Eneg sih, eneg sih. Cuma yaah mau gimana lagi kan? Hahahaha.
- RG : Ngapain sih Arab ini dengar radio, hahahaha!
- GW : Coba diganti radionya, susahnya aku cari channel! Sembilan delapan koma enam, putar-putar. Udah sedikit ilang...

- P : Tapi kalo misalnya monitoring radio itu kan, mereka biasanya live di tiktok juga Mbak...
- GW : Iya, infonya bilang gitu! Live di tiktok. Lah masa aku mau nyalain ininya terus ya? Dan itu pun spot aja. Jadi kalo misalnya aku training, ya aku nggak ada cek. Kalo pas di rumah, di jalan itu kan, catat " Oh, jam segini ini..." Terus tinggal di kantor disesuaikan, "Oh bener, oh nggak." Jadi ya, di rumah juga jadi itu dengerin GWP juga sih.
- P : Terus mbak, setelah kan tadi Mbak bilang kalo misalnya udah buat materi kontennya, terus Mas Riswan juga udah buat mungkin *draft planningnya* itu, cara yang Mas sama Mbak untuk ngutarain informasi atau feedback ke atasan itu gimana? Ada saluran formal atau informalnya? Biasanya mbak sama mas itu gimana?
- RG : Tadi yang bilang Mbak Gina, by email itu biasanya. Bisa kayak gitu, misal ada sesuatu yang perlu direvisi gitu ya? By email. Atau kadang juga spontan aja ngomong langsung ke Mas Irfan. Gak ada spesifik.
- GW : Gak ada sih pertemuan khusus gitu, nggak ada. Kalau misalnya kita pertemuan khusus itu ada section- Communication section ya? Comses! Itu 3 bulan sekali. Tapi kalo misalnya buat pekerjaan sehari-hari sih- misalnya lagi bikin tema konten ini, terus tiba-tiba ngadain meeting gitu, nggak ada. Karena kita cuman-kan kalo bikin kan berupa draft gitu ya. Kirim, lewat email, nanti misalnya Mas Irfan baca, "Mbak tolong tambahin ini ini ini." Jadi, aku sama Mas Riswan tau, oh tambahannya ini. Ntar aku perbaiki, "Gimana mas, udah oke belum?", "Oke, udah!" Baru nanti Mas Riswannya- Kita bertiga itu tau. Isinya gimana awalnya, perubahannya apa aja, ntar kalo udah jadi gimana, hasil reviewnya gimana gitu jadi copy- copy semua.
- P : Terus lanjut, kan tadi Mbak Gina bilang kan ada komunikasi sama pihak GWP juga. Terus kalo Mas Riswan sendiri biasa ada request dari SAS, atau dari security. Nah itu, untuk berkomunikasi sama mereka itu biasa lewat apa Mas? *Email* juga ya? Gak request langsung gitu?
- RG : Biasanya juga pernah. Kalo request yang kayak gitu selalu saya arahkan ke email biasanya. Yang pertama, supaya gak lupa. Yang kedua, ada bukti jelas juga kan. Misalkan suatu saat "Ini produksinya siapa nih ini? Kok tiba-tiba ada ini ini..." Kan ada email. "Ini Riswan yang buat nih. Ini atas requestnya si ini si ini." sih
- GW : Iya, iya. Sama, email.
- P : Semua itu dari email ya?
- RG : Iya, jadi sebenarnya, Niar. Kalo di KPC itu, instruksi itu memang- ini ya, formalnya sih *by email* biasanya.
- GW : Apalagi biasa kalo kita ke GWP kan, sebenarnya satu bulan itu kan punya jatah 48 penayangan iklan Kalo misalnya kita punya request tambahan, itu kalo eksternal itu ada biaya tambahan. Jadi kalo misalnya kita pengen masukin iklan musim hujan, itu berarti harus ada satu iklan yang kita hapus buat masukin musim hujan. Jadi jatah 48 itu dengan kontrak segitu lah. Nah itu kan kalau udah kayak gitu kan, harus email ya, jadi kan jelas nih. Dulu kita pernah minta iklan ini kapan? Terus abis itu iklan mana yang dihapus, mana yang dimasukin kan gitu? Kalo internal aja Email, kalo eksternal apa lagi, gitu. Misal aku punya konten bagus kan, "Mas ini siapin ke GWP ya? Biar ditanyain.", "Jangan Mbak, jatah kita cuma

- segini.", "Oh, gituya?", hahahaha. Karena dulu beda kan kalo di tempat yang dulu tuh, radio tuh undernya perusahaan, Si penyiarnya itu adalah karyawan perusahaan. Jadi kita mau digaji gitu, digaji ya jadi karyawan perusahaan. Jadi si radio-nya pun atas nama perusahaan itu, perusahaan THIESS. Itu radio-nya THIESS! Nanti penyiarnya itu karyawannya THIESS. Jadi misalnya kita mau punya materi apa aja, "Eh siarin ini!", bebas!
- RG : Bebas yah? Di bawah departemen apa tuh?
- GW : Di bawah departemen IT.
- RG : Oh, radio IT?
- GW : IT. Jadi perijinan apa apa apa, itu orang IT. Terus abis itu IT-nya sempat dipegang sama safety. Karena isinya kan semua iklan safety. Jadi biar koordinasinya gampang, orang campaign safety mau apa aja, ya emang kita blusuk blusuk semua. Kita punya aturan baru, hare. Nah ini aku kemarin mau gitu! Ku kira-kira kan gitu ya? "Mas, ini mau ke GWP.", "Eh, jangan Mbak, jangan Mbak.", Kenapa? Ternyata kontrak kita hanya 48 kali penayangan aja.
- P : Ooh, karena GWP hitungannya, external KPC ya Mbak?
- GW : Iya, kita tuh bayar- itu bayar sesuai dengan iklannya. Kan kita setengah jam sekali- setengah jam sekali kan iklan Golden Rules itu kan?
- P : Pesan keselamatan...
- GW : Iya, itu kan ada 12 Golden Rules. Nah itu dibagi tuh, berapa kali. Nah di sisa-sisa itu, *fatigue* lah, kebakaran lah. Gak kebakaran, gak itu. Tapi jangan sampai lebih dari si itu (kontrak 48 kali penayangan). Gak bisa seenaknya, kayak "Tolong dong, share ini, tolong dong, tolong dong!", "Wani piro?". Jadi itu Mbak, komunikasinya pas di email. Email dan selalu sampaiin ke atasan.
- P : Terus kalau gitu, Mbak-Itu kan berarti termasuk saluran media kampanye-nya HSE nih. Kalau untuk *tool*, saluran lain ada nggak, Mbak? Selain dari untuk nyampein safety campaign ke karyawan KPC atau kontraktor nih, selain lewat radio, banner, baliho, poster atau video itu, ada saluran lain nggak, Mbak, Mas?
- RG : Email-nya juga salah satunya.
- P : Berarti kirim safety campaignnya, broadcast ke email karyawan...?
- GW : Ya, setelah kan, setelah segitu aku bikin jadi, kan aku share dulu tuh emailnya. Semua koordinatornya KPC sama ke semua yang kontraktor KPC. Nah ntar, dari mereka baru dibawain safety talk, mereka pun jadiin banner, mereka jadi poster.
- RG : Contohnya juga gini, Niar. Poster yang diproduksi itu, setelah sudah di acc Mas Irfan, sudah ditanya fix, oke, silahkan di-share. Nah, itu poster kita forward ke Mbak Issa. Mbak Issa kan sekretarisnya GM, dan juga dia yang punya kontak untuk HSE, seluruh HSE practitioner KPC. Nah, lewat media email ini mereka forward itu ke semua emailnya mereka. Ini ada yang kampanye-safety, tolong dishare, diprint ditempel di madding masing-masing.
- P : Berarti cuma sebatas dari Mas Riswan sama Mbak Gina sendiri cuma sebatas ngasih materi, terus nanti ada yang broadcast ke semua karyawan...
- RG : Email, by email. Kalau ke konten sosmed. Belum ada ya.
- GW : Nah ini! Kayaknya rencananya kita mau ada 2024 kita mau bikin sosmed.
- P : Nah, ngomong-ngomong soal sosmed nih Mbak. Kan Kalau Mas sama Mbak sendiri tahu nggak, kalau misalnya Untuk khusus bulan K3 itu ada akun sosmednya sendiri di IG Tahun lalu ya?

RG : Ada, ada.

P : Iya, tahun lalu, K3 KPC Official

RG : Iya benar, itu mungkin dipakai juga.

GW : Buat ini doang- rencananya tuh nanti kalau kita sendiri. Kita bikin sosmed sendiri. Nanti tim training sendiri yang mengelola.

RG : Karena itu kan campur (IG @K3kpcofficial). Setiap panitia dia beda

P : Berarti ini akunnya yang megang itu siapa?

RG : Kita nggak tahu

GW : Kalau training sendiri. Kalau kita punya, ya adminnya dari Team kita sendiri. Terus abis itu mau nge-upload juga kan kita filter sendiri. Kira-kira yang bisa di-share yang mana, yang nggak yang mana. Karena kan kita juga kan area tambang kan, area terbatas ya. Jadi yang bisa dipublish yang mana, yang nggak dimana pasti lebih- lebih tersortir. Biasanya itu lebih Apa po? Lebih apa po?

RG : Lebih apa?

GW : Lebih... Selektif! Lebih selektif. Jadi “Siapa nih yang nge-share?”, “Mas Riswan”. Tapi kayaknya sih nanti, rencananya sih nanti di batasi yang bisa akses sih. Bukan semua orang, Timnya Mas Irfan juga bisa akses...

RG : Ada adminnya sendiri gitu. Terus PIC-nya ya...

GW : Itu Mas Riswan

RG : Itu bisa jadi. Harusnya sih memang saya tuh. Katanya Mas Irfan gitu kan

GW : Mas Riswan. Terus ada backup-nya Mbak Gina. Gak nyuruh, tapi kayaknya mengharapka ya? Mas Riswan yaa... *Core of the core*. Ayo lanjut.

P : Terus pertanyaan selanjutnya. Menurut Mas sama Mbak sendiri *safety campaign* yang baik dan mudah dipahami oleh pekerja itu yang kayak apa?

GW : Yang berarti bahasanya ya. Bahasanya- kayak *safety talk* ya. Terus karena kan kita kan mengerti bahasanya kan Indonesia ya. Meskipun dari banyak daerah, pasti bahasa utamanya Indonesia. Terus sarannya kemana? Kalau sarannya misalnya kebanyakan di temen-temen lapangan, ya pakai bahasa yang sederhana. Tapi ya tetap formal yah. Sederhana tapi formal. Karena yang baca juga bukan temen-temen lapangan, tapi juga ada level-levelnya, Manajemen. Yang utama ya penggunaan bahasa. Jadi aku udah bikin bahasanya gini. Cuman gimana nih? Karena *review* kan- Jadi kalau aku abis bikin ini kan direview. Gunanya apa? Untuk menyesuaikan bahasanya, sudah sesuai atau belum. Terus Karena itu sifatnya mengingatkan, terus kan orang juga kerja, kan fokus ke pekerjaannya, jadi ya jangan panjang-panjang, jadi intinya aja. Misalnya, mau ngasih tahu naik-turun tangga pakai tiga titik tumpu. Ya udah poinnya apa, gimana? Kemudian kendalanya apa? Kalau misalnya dampaknya apa? Kalau nggak melakukan itu-intinya! Jadi jangan panjang-panjang. Jadi bahasanya jelas, singkat, padat, dimengerti, sederhana gak kepanjangan. Terus sama- dari isi kontennya. Itu tidak akan ada gunanya kalau visualnya nggak menarik... Visual bagiannya Mas Riswan ini, hahaha.

RG : Aku dari sisi grafis. Sebenarnya kalau dari sisi grafis itu, yang *relate* dengan kekinian gitu lah kan. Bukan yang konten-, maksudnya dengan frame-nya yang jadul-jadul, itu udah nggak eye catching lagi. Yang kedua itu masalah warna. Kemudian paduan gambar, pokoknya dibuat semenarik mungkin dan seidentik mungkin dengan tema. Pokoknya itu intinya sebenarnya dari sisi desain ya.

Kemudian yang paling penting itu ini tipografinya, tekstnya, yang bikin paling menarik sebenarnya. Walaupun background atau desainnya cuma simple sederhana, Tapi kalau misalkan penggunaan font sama teksnya yang bagus, bisa kelihatan menarik juga dari aku sendiri

GW : Aku sendiri saat itu relate sama isinya. Misalnya cedera-cedera, cedera tangan, Mas Riswan ngasih gambar jari. Nah itu udah ketahuan tuh orang- Oh ini pasti temannya tentang jari kejeprit. Misal tiga titik tumpu- Gambarnya keluar kan orang lagi naik *truck* ya. Ya benar gambarnya sama isinya nyambung.

P : Dalam membuat- Kan tadi berarti sudah dibuat, sudah direncanakan, terus dilaksanakan nih Mbak. Mas sama Mbak ini dalam merencanakan alokasi waktu sama sumber dayanya itu gimana? Misalnya baliho banner, untuk satu baliho sama satu banner itu sebulan pergantiannya berapa kali? Terus untuk radio GWP kan tadi udah sebulan itu dapat jatah 48 kali. Yang alokasi waktu pelaksanaannya, untuk tiap bentuk *safety campaign* itu gimana Mbak direncana sebulan?

GW : *Safety theme* itu sebulan sekali. Itu kita share tiap akhir bulan. Jadi misalnya, *safety theme* bulan Januari itu kita udah set di akhir Desember. Terus bulan Februari, di akhir Januari. Jadi bulan berikut itu udah kita set di akhir bulan sebelumnya. Itu kalau *safety theme*. Tapi kalau misalnya yang tema-tema tambahan, yang sesuai dengan kondisi saat ini, ya itu nggak kita targetkan harus sebulan sekali atau 3 bulan sekali, nggak. Jadi sekondisional aja.

Soalnya kayak ini, “Oh lagi musim hujan nih.” Ini baru kita *release*... Itu materi baru, kondisi hujan. Terus itu aja. Kalau yang pasti yang rutin itu *safety theme*, itu sebulan sekali. Kalau yang GWP, dia, GWP itu di awal, di akhir bulan, dia ngirim jadwal tayang bulan berikutnya. Misalnya Februari nih, dia udah ngirim jadwal tayang di akhir Januari. Ntar aku tinggal ngecek di bulan Februari sesuai nggak sama jadwal tayang yang udah mereka susun. Karena kan bisa jadi jadwal tayang bulan Januari sama bulan Februari itu beda. Misalnya *Golden Rules* nomor 1, di bulan Januari ditayangkan jam 9 pagi, di bulan Februari belum tentu tuh. Kenapa? Karena ada jadwal yang berubah terus. Biar orang yang masuk malam “Ini pasti jam 2 ini iklannya nih!” Itu belum tentu juga. Ntar orang hafal ya? “Abis ini pasti iklannya ini nih!” Biar orang menghindari bosan itu, setiap bulan diacak dari 48 kali tayang. itu diacak-acak. Biar nggak “itu jam 1, ini jam 2...” Ketahuan kan? Gak bosenin lah, yang kita acak. Itu diacaknya sebulan sekali. Tapi isinya sih sama, *Golden Rules* juga. Nah terus setiap tahun, mereka ada pembaruan isinya. Kalau dulu kan 6 bulan sekali, sekarang 1 tahun sekali. Jadi misalnya tentang “Bekerja di Area Dinding Galian.” Mereka temannya tentang- ada artis yang lagi ketambang gitu yah. Ingat nggak, detailnya? Yang “Hai para rakyat jelata...” Itu kan, ada ya... Sekarang 2024 mereka udah ganti. Cuman temanya sama 12 *Golden Rules*, cuman isinya, produksinya beda. Mereka produksi baru lagi Dulu itu 6 bulan sekali Dulu 6 bulan sekali itu dibikin produksi. Nah baru Sekarang 1 tahun sekali biar orang gak bosan. “Sekarang kok iklan baru-baru nih? Ada si Ani segala...” Ternyata emang dibuat produksi yang baru. Itu setahun sekali. Kalau yang kondisional, sesuai dengan kondisi. Kalau *safety theme* kan 1 bulan sekali. Kalau yang kondisional sesuai kondisi, bisa sebulan sekali, dua bulan sekali. Yang jari sama turun tangga, nah itu baru-baru masuk. Itu yang pas banyak incident itu,

- kalo yang itu sih kondisional. Tapi kalo yang pasti itu *safety theme* sebulan sekali, bergantian Video itu bis itu?
- RG : Video bis, iya tiap bulan biasanya saya *submit*.
- GW : Bukannya 2 minggu sekali yah?
- RG : Setiap bulan 2 kali.
- GW : Ya, berarti 2 minggu sekali. Kalo yang video ke bis. Bis sama satu lagi ya mas, sama mana? Pegasus (pesawat) ya?
- RG : Pegasus nggak. Bis aja.
- P : Kalo untuk yang baliho, banner, poster gitu sama spanduk gitu mbak?
- RG : Oh gini, kalo misalkan yang baliho yang dari *safety* themenya Mbak Gina itu per 2 bulan. Mereka sekali pasang. langsung 2 tema, Niar. Yang kayak ditempel-tempel itu yang ukuran 6-meter yang di depan ada warna biru, Golden Rules itu. Itu temen-temen (General Hand) biasanya masang per 2 bulan. Jadi sekali pasang itu 2 tema untuk mengakomodir 2 bulan. Dalam setahun berarti 6 kali ganti. Kemudian kalo yang di- yang bentuknya 3x4 meter, itu kondisional, ngikutin situasi yang lagi ngetrend, dari kontennya Mbak Gina tadi itu, ada di beberapa titik. Contohnya kayak di M6 Golden Rules, terus di pos Tango Delta, checkpoint, kayak gitu. Nah itu biasanya konten-konten yang sedang rate-nya tinggi, incident.
- P : Terus dari bentuk-bentuk *safety* campaign yang udah Msa sama Mbak buat itu, caranya Mas sama Mbak untuk ngukur perubahan sikap karyawan setelah program kampanye itu ada nggak, Mbak, Mas?
- RG : Nah kalo itu keefektivitasan gitu ya?
- P : Iya Mas, tau kampanye ini udah diterima dengan baik sama karyawan itu gimana?
- GW : Kalo secara- selama ini sih ya, kalo aku disini setahun ini belum ada sih, program mengecek keefektivitasan. Beda yang kita share ya?
- RG : Kayaknya sih belum ada ya, Niar. Terus ada pertanyaan lanjutan tuh. Ada nggak pengaruhnya sama bisa mengurangi nggak? Bisa menekan kecelakaan gak? Nah itu pertanyaan selanjutnya. Kalo dari aku sih, Niar, aku gak pernah denger yah. Gatau kalo Mbak Gina ya. Ada nggak ya? Kayak misalkan mengukur tingkat incident rate-nya turun apa naik? Setelah kita yang rilis iklan-iklan *safety* itu? Saya nggak tau sih. Belum tau kita. Mungkin ya, mungkin belum ada.
- GW : Karena kalo begitu perlu alat ya? Buat ngukur ya? Misalnya kuesioner... Beda kalo misalnya, kalo abis training tuh ada tuh. Misalnya kita abis training, kayak misalnya yang feedback. Nah itu ada tuh, jadi tingkat efektivitas tadi kita training itu, sejauh mana sih? Kan ada yang kurang, baik, sama cukup, nah langsung ketahuan kan? “Oh ternyata trainingnya ini, kurang ini kurang ini,” kan ketahuan. Tapi kalo misalnya yang kampanye ini, nggak ada orang abis baca, terus aku scan QR code-nya, bilang “Oke saya paham.” Maksudnya efektif aja nggak tau, apalagi pahaam. Tapi ya tadi, kalo kita sih dari yang bikinnya, yaa sebisa mungkin mudah dipahami tadi. Mudah dipahami, mudah dibaca, mudah dijangkau.
- RG : Iya sebenarnya tujuannya kalo dari aku yang melihat itu sebenarnya tugasnya untuk menggugurkan kewajiban kita yah, di *safety* ini. Supaya ini, supaya mereka orang-orang di luar itu aware, dan selanjutnya kalo untuk berkurang apa engaknya, tingkat kecelakannya itu kita- kayaknya nggak ada yang sampe ngukur sampe kesitu ya.

- P : Berarti masih di tahap karyawan ini aware atau enggak?
- GW : Mungkin kalau aware, ya iya. Cuma apa namanya efektif ungghanya itu. Kalau misalnya disampaikan, kan pasti disampaikan. Karena setiap *safety theme* itu kan harus ada *evidence* ya. *Evidence*, ini sudah disampaikan atau belum dari kerjanya. Itu kan ada di *safety talk*. Di *safety talk*, nyampein apa nih bulan ini? Nyampein materi ini, ini, ini, ini. Oke, *safety theme* bulan Februari sudah disampaikan belum di *safety talk*? Udah, mana itu? Itu sebetulnya salah satu kewajiban untuk di-*share*, di-*share* si *safety theme* itu. Nah, kalau di-*share* sih sudah, ya kan? Di-*share* sudah, disampaikan juga sudah. Cuma yang jadi masalah, yang di-*share* itu tadi kan sejauh mana sih karyawan. He'em sudah paham atau belum. Itu adanya mungkin di feedbacknya pada saat waktu mereka *safety talk* ya. Kalau kita sih mungkin yang nge-*share* apakah pesan sudah disampaikan? Sudah. Apa? Ini email buktinya. Cuma apakah ini sampai ke karyawan, ya tanyain ya ke orang-orang yang kita *share* ini. Kalau kita sih iklan yang kita bikin, kita pasti kan sudah sampai ke karyawan. Kenapa? Ya, karena sudah sampai ke orang safety-nya, sudah sampai ke superintendent nya, ke PJO-nya itu. Kalau kita ngasihnya masih sampai situ doang. Iklan yang kita bikin, apakah sudah disampaikan? Sudah, lewat apa? Ya, lewat email, kita email, sekretaris email, Mbak Erin email ke kontraktor kan itu ya. Cuma dari kontraktor ke karyawannya itu, itu bukan di ininya kita. Kita bukan responsibility kita gitu loh. Kalau kita kan hanya bikin sesuai dengan kondisi saat ini, terus sesuai dengan tema saat ini, kita udah kasih ke mereka. Nah, kalau dari kita, selesai tuh. Karena tugas kita bukan bikin, distribusi. Intinya nggak diukur. Nah, intinya nggak begitu. Efektif buat ke karyawannya,
- Ya kita lihat cara tim itu nyampaiin ke karyawan. Sampai mereka cuma dapat aja, tapi nggak di-*share*. Kalaupun misalnya nggak ada, itu mungkin kalau responsibility kita ya, kita kan memproduksi dan distribusi. Yang menyampaikannya kan tim masing-masing. Nah tim masing-masingnya itu efektif gak nyampaiinya. Kalau kita sih nggak ada, ya. Karena...
- RG : Iya, di luar SOW. *Scope of work*.
- GW : Iya, *Scope of work* nya kita. Tapi kalau misalnya pun mereka misalnya perlu, ya itu bisa dilakukan di teman-teman yang langsung berhubungan sama karyawan. Kalau kita kan... istilahnya kita kan nggak langsung berhubungan sama masyarakat gitu ya. Kita kan polisi nih, udah ngasih aturan. Kita kasih lah ke Pak RT-nya, ke Pak Lurah. Nah, masalahnya masyarakat taat gak nih aturannya polisi, kan kita sebagai polisi nggak tahu apakah itu disampaikan atau nggak sama masyarakat. Ke masyarakat ya. Kalau pengen ngecek efektivitasnya, tanya ke Pak Lurah, "Pak Lurah. Udah sampein belum?" Udah. Terus gimana cara Pak Lurah nyampeinnya? Kan, kan gitu ya. Jadi, ya walaupun ngelihat efektivitas bukan responsibility kita sih. Kita cuma bikin sesuai dengan kondisi saat ini dengan ilmu yang ada, pengetahuan yang ada, *readyshare*, sudah.
- RG : Pengalaman yang ada dan media yang ada. Iya.
- GW : Kita udah bikin kontennya sesuai dengan pengetahuan... Kita bikin media menarik sesuai dengan pengetahuan, ya kan. Selesai, *share* ke para pemerintahan (*practitioner*). Buat bisa ke rakyat-rakyat Indonesia.

- RG : Harusnya Niar juga nanya, tadi si Mbak Gina kan menganalogikan Pak Lurah itu ya. Pak Lurahnya itu siapa tuh? Pak Lurahnya itu HSE praktisionernya masing-masing setiap divisi atau kontraktor.
- GW : Kita kan share *safety theme* ke siapa, ke semua yang semua *safety* nya kontraktor, *safety* nya KPC, gitu kan. Nah, terus tugas mereka lah yang nyampein ke masyarakat, ke karyawannya. Nah, di situ tuh, lihat efektivitasnya di situ efektivitasnya. Bukan di sini. Kalau di sini, nggak akan kelihatan. Kita produksi aja. Produksi melihat kondisi saat ini, tren saat ini gimana. Oke, ini nih yang lagi banyak. Kalau *incident* masih ada, nah, ini yang kita produksi ini disampein ga atau jadinya disampaikan tapi apa? Tapi cara nyampeinnya tadi nggak benar.
- RG : Atau gimana. Atau gak dikasih feedback dari yang sudah di *share* lah ya.
- GW : Efektivitasnya gak bisa kalau diukur kalau cuma dari di sini, karena kita ga ada langsung ke karyawan
- P : Tadi Mas Riswan ngomongin soal *feedback*, kan. Berarti dari tiap-tiap praktisioner itu pernah ngasih feedback nggak, Mbak? Soal *safety campaign* yang udah di-broadcast itu.
- RG : Kalau ke saya gak pernah ya. Nggak ada ya, Mbak?
- GW : Nggak ada. Karena yang kita... misalnya aku bikin *safety theme* ini, aku berdasarkan SOP, SOP nya KPC. Jadi, mereka kalau bacain *safety theme*, melakukan *safety theme*, sama aja mereka lagi melakukan SOP nya KPC. Jadi, kalau misalnya *incident incident*,, itu pun *incident* KPC. Misalnya kan aku pun, kayak kemarin kan, ada *incident* apa ya..
- RG : Terguling, ya?
- GW : Iya, rebah.
- RG : Rebah itu.
- GW : Terguling. Ini *incident* nya KPC. Jadi, sebenarnya, kalau kita bacain *safety theme*, kita tuh sebenarnya lagi bacain SOP nya KPC dan lagi bacain *incident* nya KPC. Diringkas di *safety theme*. Kalau *feedback* nya sih nggak ada. Karena itu, set SOP itu tuh, kita bikin buat disampein ke karyawan. Efektif unggahnya ya dari itu.
- P : Iya, kayaknya mau nyari talent di situ, Mbak. Iya kan?
- GW : Iya.
- RG : Iya. Karena minggu ini ga bisa ya. Kalau di sini mungkin ke Mbak Dian ya mbak? Mbak Dian dia koordinator.
- GW : Iya kan?
- RG : Iya kan, harusnya. Iya kan? Tapi dia jadi koordinator ya. Dia kan yang *manage* semua informasi-informasi terkait kecelakaan, kan? Dia kan langsung reportnya ke GM. Biasanya kalau *safety* koordinator di tempat lain, kan memang langsung reportnya ke GM. Kayak Bang Pantas tuh kan langsung reportnya ke GM, MDD, Mas Unggul, kayak gitu-gitu. Ya, si Mbak Dian kan posisinya sama tuh. Harusnya ke Mbak Dian itu.
- GW : Kan ke Mbak Dian sama ini *safety talk* nggak, pas dia *safety talk* se efektif apa sih *safety talk* nya Mbak Dian? Gitu kan. Kalau materi sih sebenarnya udah SOP. Kalau aku ga ngambil dari SOP, ya aku ngambil dari aturan pemerintah lainnya, dari misalnya website-nya Menteri Kesehatan, Tenaga Kerja, kalau dari internet

- ya atau dari apa-apa. Jadi kita bener, kayak polisi kita bikin aturan, jebret, kasih, mereka tuh efektif. Ya ga sih? Yes.
- P : Terus yang ini Mbak, ada tadi ketinggalan. Untuk tiap produk kampanye itu, biasa ada masalah nggak sih Mbak, yang terjadi. Kayak misalnya, baliho yang udah dipasang itu, kotor atau apa, atau robek, terus misalnya, mungkin yang radio tadi sama video itu, nggak ditayangkan, itu gimana cara Mas sama Mbak buat nanganinnya. Ini kayaknya pertanyaan terakhir sih udah nggak ada.
- RG : Dari saya dulu, yang terkait pertanyaan tadi, intinya ngontrol ini ya?
- P : Iya untuk ngontrol kampanye-nya.
- GW : Iya, produk-produk yang udah di kampanye kan di lapangan gitu kan.
- RG : Yang pertama, memang kan baliho-baliho yang kita pasang ini kan semuanya di pinggir jalan, jadi setiap kita pulang atau berangkat kerja kan kita bisa ngeliat, misalkan dia robekah atau dia lepas atau apa, kita mudah ngontrolnya kelihatan. Kalau misalkan sudah kita temukan kejadian kayak gitu, biasanya saya langsung instruksi ke teman-teman. Misalkan kayak yang di M6, kasus kemarin itu robek dia. Dia robek, ini saya usul nih ke Mas Irfan, Mas ini baliho kita robek nih, kita print ulang kah? Mas Irfan ngasih feedback-nya, kalau itu kan kita cari materi atau konten lain aja yang baru, yang sesuai sama yang lagi viral saat ini gitu kan. Jadi yang itu coba dilem aja. Kita sudah lakukan itu, tapi ternyata memang kalau baliho-baliho kayak gitu nggak bisa dilem dia, jadi dia bakal lepas lagi. Jadi kita lepas, kita produksi lagi nih on-progress yang baru.
- P : Berarti dengan materi yang baru ya Mas, bukan yang sama?
- RG : Iya dari yang baru. Kemudian juga yang poster-poster baliho-baliho yang dari *safety theme* nya Mbak Gina itu kan, ini semua juga dipajangnya di pinggir-pinggir jalan yang mudah dilihat. Jadi itu terkontrol. Kalau misalkan ada yang nggak rapi, ketiup angin, biasanya temen-temen, kalau ada yang robek itu saya minta tolong diperbaiki kayak yang di depan ini, baru-baru aja. Ketup angin gitu kan, diperbaiki sama mereka. Jadi intinya mudah dikontrol sih sebenarnya baliho-baliho yang udah kita produksi, soalnya tempat atau lokasi titik pemasangan itu *visible* semua. Nggak ada yang tersembunyi di dalam gedung, atau di dalam area terbatas. Kemudian yang kedua, yang video itu ya, kalau yang video itu, sebenarnya kalau aku nggak yakin 100% kalau semua video yang kita kirim itu diputar atau nggaknya, soalnya salah satu contohnya juga kayak video di bus antar jemput kita kan biasanya ada ini ya, ada TV nya tuh,
- GW : Itu kita nggak pernah melihat diputar gitu.
- RG : Entah itu memang, atau iya mbak ya, cuma untuk yang orang-orang chief aja. Yang orang chief. Cuma yang orang chief ya mungkin ya. Cuma saya nggak bisa bilang 100% di putar ya, saya nggak ngeliat soalnya, cuma yang pasti kan, ya kayak tadi yang disampaikan mbak Gina, tugas kita itu adalah memproduksi kampanye *safety campaigns*, kemudian kita distribusikan ke klien kita lah gitu ya. Nah kemudian untuk efektivitasnya itu, kita nggak bisa ngatakan itu efektif, terukur, nggak ada. Nggak ada ini, nggak ada, nggak bisa kita katakan itu.
- P : Tapi yang tadi mas Riswan bilang klien itu, itu siapa aja mas? Kalau yang ada di KPC sama kontraktor gitu.

- RG : Kalau, ya yang tadi ya video itu, ke SCD, ke timnya transport, timnya Pak Nur yang membawahi transport bis DMM, ya itu. Kemudian, yang untuk apa namanya baliho-baliho *safety poster*, itu ke semua divisi ke semua *practitioner* HSE.
- P : Berarti untuk yang HSE *practitioner* itu, yang masang sama *publishing* itu mereka sendiri ya Pak? Tiap-tiap divisi itu beda?
- RG : Iya kan, setiap mereka kan punya mading ya, di setiap gedung-gedungnya mereka kan ada mading. Kemudian sebelum kita akan distribusikan dalam email, kita kan biasanya ada kasih note, tolong poster ini di... kan nggak semua karyawan KPC itu punya email ya, bagi yang grid B, operator, atau mekanik, yang shift shift an itu kan, biasanya mereka nggak punya email. Nah, salah satu medianya itu ya itu mading tadi. Media kampanye nya itu tolong di-print, kemudian ditempel di mading mading supaya yang nggak punya email itu bisa ngebaca juga kontennya yang ada di dalam poster itu. Kalau yang punya email kan otomatis dari kita, dari Mbak Issa, email ke HSE, *practitioner* itu kan. Kemudian HSE-nya forward ke email user di dalam internal departemennya mereka. Nah, kemudian yang nggak punya email, nahitu dicetak, ditempel di mading kayak gitu. Sama kayak kontraktor gitu juga sih, beberapa juga kan nggak punya email ya, yang kayak mekanik, operator, ditempel di mading.
- GW : Mading-mading atau nggak *safety talk*. Kalau yang kita dapat misal dari KPC, kita *print*, taruh di mading atau jadi bahan buat *safety talk*. Nah, kalau yang di GWP itu kan, jadi ada kriteria ijo, itu ditayangkan sesuai dengan jadwal, dan isinya sesuai. Kalau yang kuning itu ditayangkan, tapi tidak sesuai dengan jadwalnya. Kalau yang merah itu tidak ditayangkan sama sekali. Nah, jadi setiap aku ngecek dengerin radio itu, oh, ini jam setengah tiga nih, misalnya, harusnya *golden rules* nomor dua. Dia nayanginnya *golden rules* nomor dua, berarti kasusnya ijo. Tapi kalau misalnya jam dua, jam setengah tiga, harusnya *golden rules* nomor dua, tapi dia nanyainnya *golden rules* nomor tujuh. Berarti kasusnya kuning. Kalau misalnya, kok nggak ditayangkan sama sekali nih, setengah jam ini, berarti kasusnya merah. Nah, nanti itu udah aku cek sebulan, ntar di awal bulan depannya, aku kirim ke GWP, ini terakhir hasil spot monitoringnya radio. Kalau ada merah, kenapa, kuning kenapa. Aku kasih tahu misalnya merah ya, misalnya kuning, harusnya *golden rules* nomor dua, tapi yang tayang nomor tujuh, kayak gitu keterangannya. Itu terjadi awal-awal tuh, pas aku baru-baru ngecek ya. 6 bulan pertama tuh pasti ada kuning, ada merah. Setelah itu, sekarang itu udah ijo semua. Ya, sempet orang protes kemarin itu, oh jadi Mbak Gina, jadi ini orangnya yang suka dengerin radio kita. Iya lah, nah itu, jadi feedbacknya itu. Kalau misalnya nggak tercapai, awal bulan aku kirim ke GWP, ini hasil spot monitoring kita. Alhamdulillah sih, dari bulan apa ya, kontrol pas September, aku udah ijo semua. Ya, mereka udah pusing, dilihatin merah, kuning. Aku tanya lagi, kenapa, Pak? Kok bisa merah, bisa kuning? Itu sih *feedbacknya* kita ngasih hasil *spot monitoring*, biar mereka tahu ininya, buat tindakan perbaikan kedepan kan. Itu aja sih.
- P : Ini ada pertanyaan tambahan, Mbak. Ini berhubungan sama saran saya, buat nanti terakhir, ke KPC sih Pak. Itu kan tadi udah masuk OTP-nya HSE, buat, ada saluran media baru nih, sosmed, kan. Itu kan tadi Mbak Gina bilang, mau buat sosmed sendiri. Nah, itu yang *handle* juga dari antara Mas Riswan atau enggak

- Mbak Gina. Nah, itu, kalau dari saya sih kepikiran, kalau di sosmed itu tuh, HSE punya maskot. Nah, kalau misalnya, maskot ini, kalau misalnya enggak kepikiran untuk buat sendiri, kalau ngambil dari karakter yang dibuat sama radio GWP itu, bisa enggak ya, Mbak, kira-kira? Kalau dari GWP kan, misalnya itu ada Mr. Goldie. Nah, itu bisa enggak HSE gunain, atau enggak mungkin nanti collab sama GWP gitu. Nah, itu gimana, Pak? Apakah bisa sepenuhnya diambil, digunakan, dipinjam, gitu, untuk sosmednya HSE, ke depannya.
- GW : Mr. Goldie itu siapa sih, enggak tahu? Mr. Goldie?
- RG : Mr. Goldie itu punya si GWP
- P : Iya, hasil komisinya GWP. Mr. Goldie itu punya si Mas Rizky itu. Iya, yang suaranya berat, Mbak.
- RG : Mas Rizky itu, ya itu Mr. Goldie.
- P : Kan itu masih dalam bentuk suara. Nah, kalau misalnya...
- RG : Maksudnya, Niar itu maskot, maskot itu dalam bentuk logo kah, atau berupa audio kah, atau visual kah?
- P : Dalam bentuk visual karakter. Kalau misalnya kan radio kan, bentuknya masih audio, nih. Nah, kalau sosmed yang tadi udah masuk OTP-nya HSE sendiri, kan kalau sosmed berarti audio visual. Nah, maskot ini, maksud saya, itu dalam bentuk visual, misalnya ada karakternya, misalnya Mr. Goldie ini kita visualkan dari audionya. Itu sih Pak, itu bisa nggak, perizinannya ke GWP gimana? Soalnya GWP kan juga pihak eksternal kan.
- RG : Oke, kalau dari aku ya, sebenarnya kalau Goldie itu kan ini ya mungkin, saya enggak tahu. Biasanya sih ada mungkin patennya mereka. Jadi, kalau kita ngambil, bisa ini ya, enggak... Bisa kena, hubungan kontrak takutnya kontraknya kan. Kalau memang ide bagus itu, misalkan kita punya maskot sendiri, kita harus desain sendiri, bikin sendiri, jangan sampai kita duplikasi dari punya si GWP itu. Ya, itu bagus sih masukannya ya.
- GW : Itu bagus sih iya. Misalnya nanti bikin maskot. Jadi orang, kayak misalnya. Kayak si Domar ya.
- P : Biar karyawan tuh ingat, oh kalau ada misalnya Mr. Goldie oh, berarti lagi ngomongin Golden Rules atau pesan keselamatan, khusus LTI gitu.
- GW : Kayak misalnya dufan, ada monyet, yang bekantan
- P : Nah, kita enggak tahu nih, kalau misalnya ada karakter, entah pakai Mr. Goldie atau bikin karakter baru, enggak tahu, tapi bisa-bisa nanti di... Karena kalau misalnya Mr. Goldie, terus mereka minta royalti, kan.
- P : Biasanya ada patennya itu. Iya takutnya gitu ada royalti nya.
- RG : Karena karakter mereka sendiri juga.
- P : Iya, benar, enggak boleh.
- RG : Tapi kita sebatas ini sih, intinya kan punya ini sendiri ya apa namanya tadi, maskot, *icon*, gitu. Bisa tuh, Niar konsep nya. Kita pikirkan itu.
- P : Kalau dari saya kan ada dua opsi, kalau misalnya bisa kerjasamanya lancar sama GWP ya, ide-nya Mr. Goldie itu dari sana kita ambil, baru kita visualkan aja. Kalau memang nggak bisa, ya berarti dari saya yang kasih saran, saya ngasih gambarannya gimana.
- RG : Bener bener bener, bagus bagus. Bisa. Kalau aku melihatnya gini nih, kalau si GWP ini kan orientasinya profit ya, bukan ini, bukan... Kayak tadi Mbak Gina

bilang tuh bukan undernya KPC, bukan radio miliknya KPC. Dia juga profit maksudnya, kamu butuh saya, kamu harus ada duit, gitu kan. Beda kayak punya Mbak Gina. Aku juga bertahulah, Thiess (19.50) tuh sekeren itu ternyata mantan lu.

GW : Thiess keren. Karyawannya gaji, penyanyiannya gajinya karyawan, habis.

GW : Cuma sayang, udah habis dia sekarang.

P : Udah nggak nambang lagi.

RG : Tahu kenapa nggak, dia kontraknya mahal. Standardnya Australia. Dia nggak mau dibayar murah. Kan ada duit, ada barang.

RG : Nggak biasa kan caranya yang murah.

GW : Tapi bagus sih masukannya. Oh, jadi emang ini ngasih apa nyaranin apa maskotnya gitu? Yang gemoy gemoy gitu ya?

P : Iya, untuk grand sarannya kan sosmednya tuh, awalnya saya mau saranin yang IG khusus bulan ke-3, yang ke-3 KPC itu di take over sama HSE. Karena kemarin saya udah liat-liat untuk followers-nya itu udah lumayan, 1200an gitu kan. Terus kalau misalnya dari tadi plannya, OTP-nya HSE sendiri kan, buat sosmed baru nih. Nah kalau menurut saya, cari *audience* itu lumayan susah, mbak. Kalau sudah ada yang udah seribuan, ngapain buat baru lagi gitu. Nah itu untuk sosmednya, rencananya, yang IG K3KPC ini eh, K3 KPC official itu, di *take over* sama HSE. Tapi untuk username-nya sendiri mungkin ya tetap sama. Tapi nanti isinya, mungkin dalam satu tahun itu bisa beda-beda. Mungkin dari Januari sampai Februari, khusus bulan K3. Tapi persiapannya mulai dari Desember, mungkin dikasih video teaser bulan K3, terus selama bulan K3 itu bisa *update-update* kegiatan bulan K3 itu apa aja. Mungkin kayak kemarin seminar itu kan kemarin sih saya expect-nya Instagram ini itu bakal dipake gitu loh, mas. Buat live update untuk ke bulan K3 di 2024 kan. Tapi ternyata nggak ada update sama sekali. Nah itu kemarin, eh tadi saya tanya yang handle IG ini siapa. Gak ada ya, mbak? Gak tahu ya?

RG : Itu bisa sih optional mungkin, opsi kedua ya.

GW : Gampangnya sih kalau kita mencari followers di IG kita. Pak, mau lulus training JSA nggak? Follow dulu. Abis ini selesai, tolong ya. Scan qrtot-nya buat follow IG-nya.

RG : Salah satu media juga kan nanti kalau kita promosi IG nanti kan setiap poster, baliho yang *release* kita kasih footage nya di bawah. Gitu ada IG sama ininya bisa ngeliat di situ.

GW : Bisa juga ya di promosiin lewat gitu gitu. Kalau misalnya nggak bisa di take over ya.

P : Kalau take over berarti harus cari *roots* yang pegang, yang jadi admin IG-nya ini, siapa itu nggak? Yang tahun lalu?

GW : Nggak tahu aku. Setau aku sih ketuanya Mas Unggul. Cuman ga tahu yang bikin idenya siapa.

P : Soalnya kalau dari tahun lalu tuh kayak menurut saya lengkap gitu lho, Mbak dari K3KPC official. Nah itu dari bulan Desember mereka udah kayak ngasih *post* an, *post* yang *carousel* gitu Mbak, yang kayak nyambung gitu.

GW : Oh, Bulan K3 2023, oh ini ya *after movie*.

- P : Sampai ada *after movie*-nya. Terus kalau Mbak *scroll* ke bawah itu sampai pengumuman pemenangnya. Itu kan juga sudah ada *audience*-nya sudah ada *followers*-nya. Kalau sudah ada yang bisa digunakan kan, nah YouTube-nya itu isi video lomba-lomba. Kan ada video lomba video K3 tuh Mbak. Nah disitu isinya, kalau bisa di *take over* yang sudah ada *audience* dan *followers*-nya kan mayan.
- GW : Tapi dia udah ada official akun event bulan K3 nasional. Masa boleh diganti *training section*. Kita kan ininya kita sendiri ya, jadi rencana tuh kayak misalnya akun sendiri. Nah itu isinya tuh kayak *safety theme*, abis kita *share* kita *upload* ke sini. Terus yang banner-banner tentang 3 titik tumpu, jari-jari gitu masuk ke sini. Terus video-video iklan-iklan masuk ke sini kan gitu maksudnya. Jadi khusus untuk kayak material-material training gitu ya. Yang bisa di-share kemana aja bisa masuk ke sini. Jadi orang tuh misalnya mau training apa, silahkan pak ya download, bisa lihat di IG-nya. Misalnya melihat materi ini, iklan ini, atau tentang *safety theme* bulan lalu, bulan lalu-bulan lalu-bulan lalu-lalu lagi. Bisa lihat di sini. Terus untuk kegiatan kita yang ini jadi nggak nyambung ya. Ini kan kayaknya, nah ini oke-nya itu kalau di gabungin sama bulan K3 Berikut-berikutnya, ya kan? Jadi bulan K3 nya 2023, 2024, 2025 lihatnya di sini kan enak.
- Ga perlu dikasih spesifik anunya, tahunnya kan?
- Iya, ini nggak. K3KPC official aja.
- RG : Logonya aja mungkin boleh dikasih.
- GW : Logonya aja sih ga masalah, ini mungkin cocoknya dikasih ini. Ini buat IG khusus, event K3 aja kali ini. Tapi kalau di sini tiba-tiba kita masukin *material training*, *material banner*, lucu nggak sih? Loh kok tiba-tiba bulan K3 ada materi inin-nya, ada banner-nya, ada *safety theme* nya.
- P : Iya, tahun lalu.
- GW : Ini bagus nih, peserta *training*, peserta *K3 challenge*.
- P : Jadi kayak ada rekapan dari bulan K3
- GW : Iya, bagus ini ya 2023, 2024, 2025, tapi khusus untuk event bulan K3 sih cocoknya nih. Kalo tiba-tiba kita pasin *safety theme* di sini.
- P : Itu opsi saya aja, sih Mbak. Kalo memang paling efektif buat yang baru sih. Nah terus tadi yang sama maskot itu biar karyawan-karyawan juga kayak langsung ingat sama HSE atau nggak pesan keselamatan gitu.
- GW : Jadi, sarannya adalah buat media sosial dan ada maskotnya. Biar orang lebih inget gitu ya. Apa ya, bagusnya panda kali ya? Panda? Panda.
- GW : Kan kayak gemoy gemoy gitu. Tapi panda nggak bisa lari.
- RG : Kalo kita mau ngikutin ini ya, Kaidah. Sebenarnya Kaidah itu yang pertama butuh reset. Sebenarnya ya. Kalo ngikutin kaidahnya komunikasi visual ya. Yang pertama, reset sama konsep. Sebenarnya itu yang paling lama kalau aku lihat ya dari kuliah belajar di YouTube, di *online* gitu. Yang pertama itu sebenarnya nyari konsep, reset. Nah, katanya 60% dari media visual itu tercipta dari situ, nah kemudian 40% sisanya itu dari grafisnya. Yang lama sebenarnya bikin konsep sama resetnya sebenarnya. Jadi sebenarnya kalo ngikutin Kaidahn itu nggak sembarangan kita bikin sama kayak ngedesain logo gitu kan. Itu nggak sembarangan. Nggak asal jadi gitu butuh resetnya, tapi kalo untuk itu ya, kita bisa simplifikasi aja misalkan pake yang identik lah dengan kita, gitu aja.

P : Kalo menurut Mbak sendirii, kalo misalnya denger maskot KSM, itu gambarannya gimana?

GW : Macan.

P : Atau mungkin ada karakter orang gitu.

RG : Bagusnya karakter orang aja. Bahkan seorang *safety*.

GW : Orang yang kekar, six pack, tinggi besar.

RG : Emang kelihatan badannya?

GW : Ya kan badan besar kan nggak harus pake, misalnya dia pake APD, baju ketat kelihatan gagah gitu kan.

RG : Lanjut ke pertanyaan-pertanyaan aja.

P : Sudah terakhir. Terakhir tambahan, karena ada kepikiran maskot tadi.

RG : Masukkan yang bagus ini.

GW : Bagus tuh, kita juga nggak kepikiran kalo mau gitu ada maskot-maskotnya. Cuma ngetahuinya ntar isinya ini, ini, ini. Tapi gak tau udah jadi kan masuk OTP nya KPC, ini kita gak tau kemarin sih sempat disinggung gitu, cuma kan masuknya jadi ini Tapi kayaknya jadi ya, udah *sounding* kan?

P : Belum. Jadi buat saran aja, buat masukin saran. Iyaa itu rencananya mbak.

RG : Itu nanti di *sounding* aja kek pas interview ke Pak Gun sama Mas Irfan. Jadwalnya kapan?

P : Pak Irfan udah kemarin

GW : Oh, Mas Irfan sudah?

P : Tapi kemarin sama Pak Irfan cuma baru kepikiran yang untuk sosmed itu kan mas. Udah ngasih tau yang itu yang IG K3KPC itu, tapi yang kepikiran maskot nih baru tadi pagi pas ngobrol sama temen. Bilang saranin buat maskot aja, katanya temen kan. Yaudah, baru kepikiran buat maskot itu mungkin ada 2 cewek-cowok gitu.

GW : Teman sangkatan?

P : Iya teman seangkatan juga

GW : Sama -sama komunikasi juga ya? Laki-laki?

P : Cewek, bukan. Cewek mbak Ini kok mengarah ke situ ya pertanyaanya

RG : Gak maksudnya, kalau yang nyaranin itu teman seprofesi sama-sama mahasiswa, oke berarti.

P : Sekelas, satu kost kami. Terus dia juga anaknya sering desain gitu kan. Nah dia sih saraninnya, mungkin kamu coba itu buat maskot gitu untuk mereka biar...tujuannya sih biar konten-konten yang sudah dibuat tadi itu mereka ingatnya maskot ini Jadi mereka ingat juga sama peraturan ini atau engga ingat *incident-incident* ini gitu.

RG : Itu saran Niar buat kita disini. Kalau aku boleh nggak, kasih saran? Buat ke depannya, Niar ini kan komunikasi ya Artinya, misalnya Kalau aku saranin sih, Niar juga belajar desain bagusnya. Iya, belajar desain, belajar photoshop. Niar bisanya apa, Canva ya?

P : Iya Canva itu pun saya layouting gitu.

RG : Ya, lebih menjual nanti ketika Niar lulus. Niar kan anak komunikasi, terus bisa ngedesain, ngerti konsepnya. Iya kan Kaidahnya juga ngerti cara berkomunikasi, penyampaian yang baik ke media gitu kan. Nah itu tinggal butuh ilmu ini nya, visualisasinya gitu sih, sekarang. Kayak, temannya Niar yang bisa desain tadi. Itu

- punya nilai jual nanti. Siapa tau bisa ya sukur-sukur balik ke sini kan nggak tau kita kalau bisa gabung sama Kak Feci atau Tiska, si mantannya mbak Gina
- P : Ya, masih belajar-belajar dulu sih mas, tapi ya belajar yang di Canva dulu
- RG : Iya aku pikir kalau misalkan memang sering ngedesain, bisa desain kan bisa bantuin aku disitu Maksudnya bikin konten, banner, baliho apa segala macem. Poster baliho kan bisa ya, belajar lah di next aja.
- P : Iya, siap mas
- RG : Bisa lebih menjual nanti.
- P : Terima kasih, Terima kasih mas.
- GW : Tuh jarang loh ngasih masukkan, aku cuman dulu penelitian ga ada kasih masukan. Jalan-jalan sendiri nggak ada yang membimbing aku di jalan yang benar.
- RG : Biar punya value gitu kan Bisa jadi mitra gitu. Iya gitu lah. Makasih feedback-nya bagus juga tadi ya,
- GW : Iya
- RG : Tapi itu perlu dipikirkan lagi
- GW : Riset tuh, riset.
- RG : Aduh, aku harus sekolah lagi kalau gitu.
- GW : Ini tadi, dua orang?
- P : Masih kasaran aja sih mbak, kebetulan juga kan temennya temenku ini, pacarnya dia itu anak DKV Desain komunikasi visual. Paling nanti mau ngobrol lagi sih soal desainnya gimana.
- RG : Itu masuk ke Fakultas Ilmu Komunikasi ya?
- P : Nggak, beda Itu jurusan sendiri mbak, DKV
- RG : Masuk desain ya?
- P : Iya, masuk desain grafis Nanti masuk ke penjurusan komunikasi visualnya, bisa komunikasi visual gitu. Baru kepikiran itu sih, baru kepikiran dua karakter. Ini tadi,
- RG : Coba tanya si anak DKV-nya kalau kita mau misalkan nulis skripsi dengan grafis itu perlu reset sebenarnya. Iya, nggak langsung main jadi, enggak. Kayak namanya branding gitu kan. Makanya, ya itu aku ada beli itu juga bukunya buat referensi, Semakin aku baca, aku semakin bingung ya. Itu ada itu, dua bukunya itu Logo satu sama logo dua itu. Logo satu juga belum selesai, konsepnya itu sebenarnya nggak langsung jadi. Ya reset itu tadi yang aku bilang, sebenarnya lamanya di situ supaya kita nge-*branding* satu produk.
- P : Itu biasa yang direset apa aja mas?
- RG : Karakter dari ini misalkan perusahaan ya kita ngomong logo. Kayak tadi maskotnya, kita reset dulu tuh brandingnya, dia bergerak di bidang apa, latar belakang dia buat masalah, terus identik warna yang paling identik dengan dia itu apa kayak gitu.
- P : Kalau HSE sendiri gimana?
- RG : Iya, kalau disini kan sudah punya sendiri
- GW : Hijau kali Karena pasiennya merah
- RG : Cuma terus terang aku belum pernah kalau bikin poster atau logo atau apa pun, belum pernahnya sampai ke tahap reset karena ya itu nggak cukup waktunya.

- Biasanya simplifikasi, jebret desain, simplifikasi jadi. Tapi itu juga bagus ya. Orang anak anak DKV aja butuh waktu berapa lama itu.
- P : Kayaknya saya harus perpanjang lagi.
- GW : Kamu sampai kapan sih?
- P : 29 Februari Sekarang tanggal 7 perpanjang lagi nggak apa-apa ya mbak?
- GW : Nggak apa-apa. Kalau mas Irfan ada, tanya mas Irfan aja. Oke ya
- P : Kemarin mas Irfan nawarin, cukup aja. Nah iya soalnya baru kemarin kepikiran saran, kalau saran sosmed doang kan itu sebenarnya saya yang ikut Saran dari Pak Irfan juga. Tapi saya kembangin lagi Sosmednya itu gini gini gini Nah yang maskot ini baru kepikiran minggu ini. Terus mikir lagi Kalau maskot kan berarti harus reset Backgroundnya HSE sendiri gimana, apa brandnya gimana. Mungkin kayaknya lama, terus sounding ke temen juga kayaknya untuk dia mengerti KPC sendiri kan agak lama juga, perpanjang lagi,
- RG : Harus tau institusinya
- GW : Ini ngejar Wisuda yang apa?
- P : Wisuda Mei, terakhir sidang, April 30.
- GW : Kalau terpanjang keburu kah?
- RG : Iya, nyampe nggak?
- P : Bisa sih Bisa sih kalau untuk skripsi sendiri kan ini tinggal ngolah data hasil wawancara ini, paling yang lama tuh ya yang buat saran untuk perusahaan biar setidaknya dipakai sama perusahaan gitu. Pengennya ya sampai dipakai, tapi opsional juga buat Mas sama Mbak sih sama sectionnya gimana gitu.
- GW : Aku ini pembuktian teori doang, skripsi kan. Hasil teori sama hasil laboratorium, beda ya.
- RG : Topiknya apa mbak?
- GW : Aku sample air. Air PDAM. Jadi hubungan antara *waterborne disease* dengan polusi air PDAM di daerah apa gitu. Parameternya apa? Kualitas air yang bikin *waterbone disease*. Misalnya mengandung kualitas air minum, soalnya kan dia kan si PDAM kan airnya kan air besi ya bukan air minum ya. Kalau misalnya mereka itu minumnya dari mana? Dari air PDAM. Terus dihubungkan tuh antara air PDAM sama penyakit-penyakit mereka di sana. Hasilnya adalah tidak ada hubungan, Udah jadi skripsinya, hasilnya kan tidak ada hubungan antara polis air PDAM dengan kejadian *waterborne disease* di area tersebut udahkan penelitian, diteliti kan. Diteliti ada ga nih pengaruhnya air PDAM sama kejadian *waterborne disease* di daerah tersebut. Aku teliti, dicek ternyata kualitas airnya bagus dan dia *waterborne disease* nya bukan dari air PDAM. Selain konsumsi air PDAM, dia ada konsumsi air lain yang itu yang ga aku teliti ya, yang penting membuktikan bahwa air PDAM ini tidak mempengaruhi masyarakat terkena *waterborne disease*. Simple.
- GW : Sudah lulus 4 tahun, udah selesai dah skripsiku di taroh di kamar, gak tahu sekarang gimana. Orang penelitiannya lama waktu itu.
- P : Kurang lebih skripsi saya juga kayak gitu, mbak ngepasin sama teori berarti ini juga jatuhnya kan penelitiannya kayak observasi praktik kampanye keselamatan di KPC oleh HSE Training Service kan. Nah sama dosen disuruh cari udah berhasilkah atau ada kurangnya gak Nah kurangnya tadi kan nemu nih mbak saluran medianya mau nambah yang sosmed tadi tuh. Nah sama dosen disuruh

yaudah kamu kasih saran apa gitu, jadi gak sampai di hasil observasinya aja, kalau bisa sampai saran yang bisa buat mahasiswanya berguna juga, buat objek penelitiannya juga berguna gitu.

GW : Semoga dapet si maskotnya itu ya.

RG : Sebenarnya aku juga lagi ngerjain skripsi juga kok

P : Di mana kuliah di mana?

RG : Aku sebenarnya ada kepikiran mau pindah ke sini loh Pindah ke HSE. Aku kuliahnya Sipil ya Teknik sipil kan, judul skripsi aku ambil Analisis Kestabilan Lereng, pondasi bangunan. Makanya aku larike HSE nyari apa namanya rebah

P : Berarti ini Mas Riswan lagi sambil ngerjain skripsi?

RG : Iya. Cuma belum Belum di ACC judulnya juga masih perlu direvisi gak sempat nyari bahan gitu

P : Pulaunya online?

RG : Enggak, setiap weekend.

GW : Keren keren keren. Para mahasiswa ini

RG : Mahasiw, kalau saya sudah mahasiswa ini.

P : Kalau dari saya gitu aja sih Mas Mbak.

GW : Jadi *extend* kesimpulannya? Mau di *extend* lagi?

P : Iya mau di*extend* lagi lah kalau kayak gitu, kalau boleh.

GW : Mengingat kelebihan dibandingin kurang-kurang, 2 bulan gitu kan misalnya. Daripada ntar kurang lagi mas, kurang lagi mas, berapa kali *extend*? Sekalian aja langsung lama. Misalnya belum habis, ya udah. Misalnya sekarang Februari sampai April gitu kan masih *extend* dong sampai akhir Maret sampai awal April, udah ntar Selesai pertahanan Maret selesai yaudah selesai. Takutnya nanti di-*extend* lagi, *extend* lagi

P : Ini aja kemarin udah minta *extend* ke Pak Irfan

RG : Oke ya Cukup ya

P : Cukup, Mas, Mbak. Terima kasih

Inform Consent Gunawan Muhammad

INFORMED CONSENT (PERNYATAAN PERSETUJUAN IKUT PENELITIAN)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gunawan Muhammad
Umur : 50 tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Pekerjaan : Senior Manager HSES System

Telah mendapat keterangan secara terinci dan jelas mengenai:

1. Penelitian yang berjudul "Praktik Kampanye Keselamatan oleh HSES Training & Services PT KPC terkait Program Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) kepada Karyawan."
2. Perlakuan yang akan diterapkan pada subyek
3. Manfaat ikut sebagai subyek penelitian
4. Prosedur Penelitian
5. Persetujuan perizinan tempat penelitian
6. Hak keamanan dan privasi

dan prosedur penelitian mendapat kesempatan mengajukan pertanyaan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Oleh karena itu, saya bersedia secara sukarela untuk menjadi subyek penelitian dengan penuh kesadaran serta tanpa keterpaksaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dari pihak manapun.

Tanda Tangan Partisipan	Tanggal
	13 Februari 2024

Saya telah menjelaskan penelitian kepada partisipan yang bertanda tangan di atas, dan saya yakin bahwa partisipan tersebut paham tentang tujuan, proses dan efek yang mungkin terjadi jika ikut terlibat dalam penelitian ini.

Nama peneliti:

Tanda Tangan Peneliti	Tanggal
	13 / 02 / 2024

Nb: semua pihak yang menandatangani formulir ini harus memberi tanggal pada tanda tangannya.

Inform Consent Mohamad Irfan

INFORMED CONSENT (PERNYATAAN PERSETUJUAN IKUT PENELITIAN)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

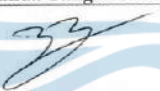
Nama : Mohamad Irfan
Umur : 38
Jenis Kelamin : L
Pekerjaan : Suplt. HSES Training & Services

Telah mendapat keterangan secara terinci dan jelas mengenai:

1. Penelitian yang berjudul "Praktik Kampanye Keselamatan oleh HSES Training & Services PT KPC terkait Program Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) kepada Karyawan."
2. Perlakuan yang akan diterapkan pada subyek
3. Manfaat ikut sebagai subyek penelitian
4. Prosedur Penelitian
5. Persetujuan perizinan tempat penelitian
6. Hak keamanan dan privasi

dan prosedur penelitian mendapat kesempatan mengajukan pertanyaan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Oleh karena itu, saya bersedia secara sukarela untuk menjadi subyek penelitian dengan penuh kesadaran serta tanpa keterpaksaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dari pihak manapun.

Tanda Tangan Partisipan	Tanggal
	31-10-2024

Saya telah menjelaskan penelitian kepada partisipan yang bertanda tangan di atas, dan saya yakin bahwa partisipan tersebut paham tentang tujuan, proses dan efek yang mungkin terjadi jika ikut terlibat dalam penelitian ini.

Nama peneliti:

Tanda Tangan Peneliti	Tanggal
	31/01/2024

Nb: semua pihak yang menandatangani formulir ini harus memberi tanggal pada tanda tangannya.

Inform Consent Riswan Gunawan

INFORMED CONSENT (PERNYATAAN PERSETUJUAN IKUT PENELITIAN)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riswan Gunawan
Umur : 33 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Supv. Desktop Publishing

Telah mendapat keterangan secara terinci dan jelas mengenai:

1. Penelitian yang berjudul "Praktik Kampanye Keselamatan oleh HSES Training & Services PT KPC terkait Program Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) kepada Karyawan."
2. Perlakuan yang akan diterapkan pada subyek
3. Manfaat ikut sebagai subyek penelitian
4. Prosedur Penelitian
5. Persetujuan perizinan tempat penelitian
6. Hak keamanan dan privasi

dan prosedur penelitian mendapat kesempatan mengajukan pertanyaan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Oleh karena itu, saya bersedia secara sukarela untuk menjadi subyek penelitian dengan penuh kesadaran serta tanpa keterpaksaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dari pihak manapun.

Tanda Tangan Partisipan	Tanggal
 Riswan. G	07-02-2024

Saya telah menjelaskan penelitian kepada partisipan yang bertanda tangan di atas, dan saya yakin bahwa partisipan tersebut paham tentang tujuan, proses dan efek yang mungkin terjadi jika ikut terlibat dalam penelitian ini.

Nama peneliti:

Tanda Tangan Peneliti	Tanggal
 Huda	09/02/2024

Nb: semua pihak yang menandatangani formulir ini ini harus memberi tanggal pada tanda tangannya.

Inform Consent Gina Wardhani

INFORMED CONSENT (PERNYATAAN PERSETUJUAN IKUT PENELITIAN)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gina W.
Umur : 35 tahun
Jenis Kelamin : perempuan
Pekerjaan : HRD & Specialist

Telah mendapat keterangan secara terinci dan jelas mengenai:

1. Penelitian yang berjudul "Praktik Kampanye Keselamatan oleh HSES Training & Services PT KPC terkait Program Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) kepada Karyawan."
2. Perlakuan yang akan diterapkan pada subyek
3. Manfaat ikut sebagai subyek penelitian
4. Prosedur Penelitian
5. Persetujuan perizinan tempat penelitian
6. Hak keamanan dan privasi

dan prosedur penelitian mendapat kesempatan mengajukan pertanyaan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Oleh karena itu, saya bersedia secara sukarela untuk menjadi subyek penelitian dengan penuh kesadaran serta tanpa keterpaksaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dari pihak manapun.

Tanda Tangan Partisipan	Tanggal
 Gina W.	07 FEB 2024.

Saya telah menjelaskan penelitian kepada partisipan yang bertanda tangan di atas, dan saya yakin bahwa partisipan tersebut paham tentang tujuan, proses dan efek yang mungkin terjadi jika ikut terlibat dalam penelitian ini.

Nama peneliti:

Tanda Tangan Peneliti	Tanggal
 HAK	07 / 02 / 2024

Nb: semua pihak yang menandatangani formulir ini harus memberi tanggal pada tanda tangannya.

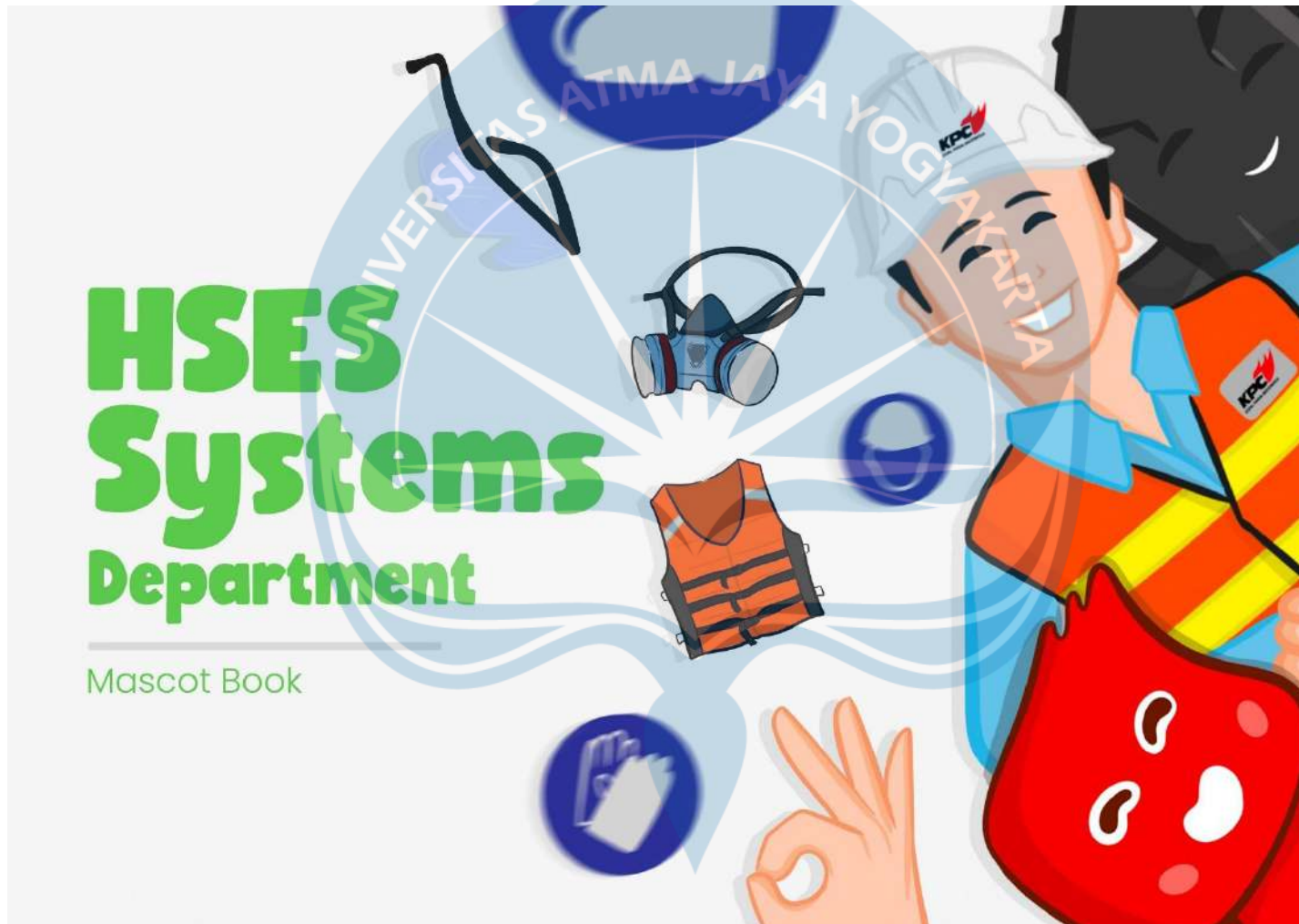
Catatan Observasi

No.	Hari, Tanggal	Kegiatan
1.	Selasa, 5 Desember 2023	- Mengakses web HSE Info - Membaca file-file HSE yang berkaitan dengan praktik komunikasi
2.	Kamis, 7 Desember 2023	- Mengikuti kelas Training <i>Job Safety Analysis</i> (JSA) - Mengamati Gina Wardhani memberikan pelatihan pada karyawan sebagai <i>trainer</i> - Ikut belajar cara untuk mengendalikan keselamatan pekerja di area kerja
3.	Jumat, 8 Desember 2023	- Melakukan inspeksi baliho, banner dan poster bersama dengan Gina Wardhani dan Riswan Gunawan - Mendatangi beberapa spot pemasangan untuk memastikan apakah banner sudah dipasang atau belum. - Menegcek kondisi banner, baliho atau spanduk jika ada kerusakan, terpasang rapi, dan sudah sesuai dengan tema atau tidak.
4.	Selasa, 13 Desember 2023	- Mengikuti kelas <i>Training Safety Talk</i> bersama dengan Gina Wardhani - Belajar cara melakukan <i>safety talk</i> yang efektif dan benar
5.	Kamis, 14 Desember 2023	- Mengikuti <i>Safety Conference Quartal 4</i> bersama dengan tim <i>HSES Training & Services</i>
6.	Jumat, 15 Desember 2023	- Melakukan <i>Safety Talk</i> di departemen <i>HSES Systems</i> - Presentasi rancangan Tugas Akhir atau Skripsi ke tim HSES-TS - Berdiskusi dengan tim untuk lebih memfokuskan topik skripsi ke praktik kampanye keselamatan
7.	Jumat, 22 Desember 2023	- Mengikuti <i>Communication Session</i> Divisi HSES - Melihat bagaimana <i>setting</i> komunikasi divisi menjadi lebih leluasa dan santai. - Para karyawan menyampaikan <i>concern</i> yang dihadapi terkait infrastruktur dan langsung ditanggapi oleh manajemen divisi
8.	Jumat, 5 Januari 2024	- Mengambil dokumentasi baliho, banner dan spanduk yang berada di beberapa spot area kerja bersama dengan Riswan Gunawan

		- Kawasan pemasangan baliho dan spanduk yang berhasil dikunjungi adalah di titik <i>Checkpoint</i> HSE dan terminal bis karyawan - Melakukan observasi pada pemutaran video <i>safety</i> di bis karyawan bersama dengan Riswan Gunawan
9.	Kamis, 11 Januari 2024	- Mengunjungi stasiun Radio GWP FM bersama dengan Gina Wardhani - Melihat bagaimana pesan keselamatan disiarkan pada jam segmen siang hari - Mengamati proses diskusi antara Gina Wardhani dengan beberapa penyiar mengenai masukan program kampanye baru yang disarankan oleh <i>Manager HSES Systems</i> - Meminta akses untuk mengunduh beberapa <i>file</i> dari web HSE Info
10.	Kamis, 18 Januari 2024	- Melakukan observasi lingkungan kerja di area kantor HSE - Mengambil dokumentasi foto spanduk <i>safety theme</i> edisi bulan Januari di spot <i>Nursery</i> - Mengambil dokumentasi foto <i>safety theme</i> edisi bulan Januari di terminal bis karyawan
11.	Selasa, 23 Januari 2024	- Mengikuti Seminar Kesehatan Bulan K3
12.	Senin, 5 Februari 2024	- Mengikuti K3 Challenge dalam rangkaian Bulan K3 - Membantu divisi HSE dalam menjaga pos untuk registrasi ulang peserta
13.	Selasa, 6 Februari 2024	- Mengikuti <i>PRINASA Training</i> bersama Kris Bayu Aji dan Gumilang - Peneliti diberi kesempatan oleh Kris Bayu Aji untuk memberikan <i>feedback</i> untuk pengembangan kelas <i>training</i> selanjutnya dari sisi komunikasi
14.	Rabu, 28 Februari 2024	- Mengikuti <i>Job Assessment</i> bersama Pangesty Anggraeny di area <i>workshop</i> divisi <i>Mining Support Division (MSD)</i> - Peneliti memperhatikan bagaimana proses <i>Job Assessment</i> dilakukan untuk mengukur kemampuan karyawan yang akan kembali bekerja setelah tidak bekerja karena alasan medis - Setelah kembali ke area kantor HSE, Peneliti mengambil beberapa foto dokumentasi terhadap papan <i>madding</i> di area kantor yang dipasang beberapa poster kampanye keselamatan

15.	Sabtu, 2 Maret 2024	- Mengikuti dan membantu dalam rangkaian acara Penutupan Bulan K3
16.	Jumat, 15 Maret 2024	- Peneliti menyelesaikan penelitian Tugas Akhir di HSE PT KPC - Peneliti melakukan presentasi hasil penelitian kepada tim <i>HSES Training & Services</i>







Big Idea

Konsep mascot terinspirasi dari tema besar Sistem Manajemen Keselamatan Pertambangan dan Lingkungan yang ada di PT. KPC

PRIMA NIRBHAYA

Prima Nirbhaya merupakan sistem yang mengatur pengelolaan keselamatan pertambangan, kesehatan dan keselamatan kerja, serta aspek lingkungan hidup di KPC. Hal ini mengintegrasikan berbagai elemen dan prosedur, untuk memastikan pengelolaan aspek keselamatan dan lingkungan yang efektif dalam operasi penambangan batubara KPC.



BHUMI

Secondary Mascot

Bhumi, maskot ini mencerminkan hubungan erat dengan alam (Bhumi), mengingat keterkaitannya dengan sistem manajemen keselamatan pertambangan dan lingkungan. Menampilkan ilustrasi batu bara yang selalu ceria dan prima.

Expression & Gesture

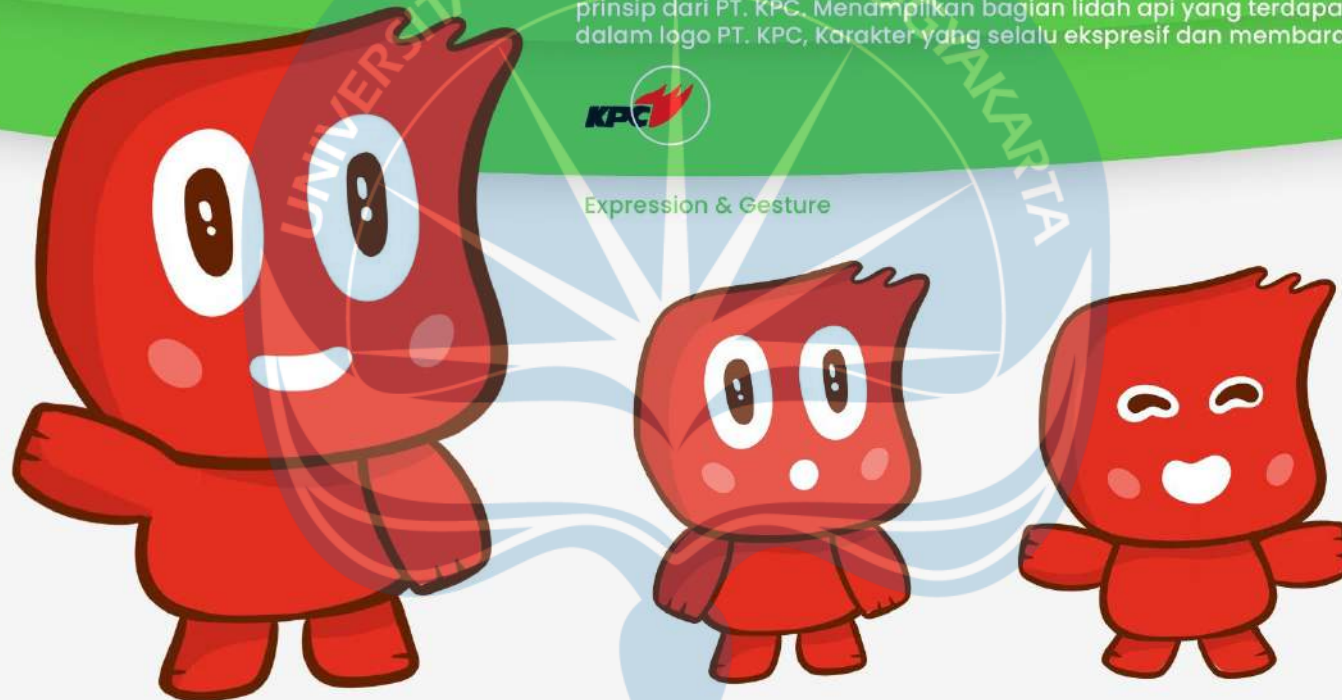


BHARA Secondary Mascot

Bhara, maskot ini mencerminkan semangat membara sebagai prinsip dari PT. KPC. Menampilkan bagian lidah api yang terdapat dalam logo PT. KPC, Karakter yang selalu ekspresif dan membara.



Expression & Gesture



Color Usage



warna hijau merujuk kepada divisi HSES Systems yang berhubungan dengan Health, Safety, Enviro. Selain itu warna hijau juga menggambarkan Persepsi Sehat dan Motivasi untuk selalu berkembang.

Typeface

Poppins (Family)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

BoldenVan

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Mengkombinasikan font sans serif yang modern dan lebih elegant dengan font sans serif cartoon yang lebih fun sehingga visual bisa tampil beragam, fleksibel dan ekspresif ketika diterapkan bersama dengan mascot ang ada.

MASCOT APPLICATION

Instagram Post Concept





Tshirt





Banner



