PT ASURANSI PERISAI LISTRIK NASIONAL
JL RAYA PASAR MINGGU NO. 5 JAKARTA SELATAN 12780
TELP (021) 799 5888 FAX (021) 791 83422
cs@plninsurance.co.id
www.plninsurance.co.id

SURAT KEPUTUSAN DIREKSI
PT. ASURANSI PERISAI LISTRIK NASIONAL
NOMOR : 026/SKD/DIR-APLN/VI/2021
Tentang
STANDAR OPERASIONAL DAN PROSEDUR
TATA KELOLA KEHUMASAN
PT ASURANSI PERISAI LISTRIK NASIONAL

MENIMBANG :

a. Bahwa tata kelola kehumasan yang baik adalah merupakan bagian penting dari suatu Perusahaan Jasa Asuransi

b. Bahwa dengan semakin berkembangnya teknologi penyaluran informasi dalam komunikasi yang semakin maju dan kompleks sehingga perlu dilakukan pengaturan – pengaturan agar segala bentuk proses kehumasan dapat berjalan dengan baik dan informasi-informasi yang penting dapat tersalurkan dan tersampaikan kepada pihak yang berkepentingan.

c. Bahwa sesuai dengan butir a dan b maka dipandang perlu untuk menerbitkan Surat Keputusan Direksi tentang Pedoman Tata Kelola Kehumasan Perusahaan PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.

MENGINGAT :

1. Undang-undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian.
2. POJK No. 69/POJK.05/2016 tentang Penyelengaraan Usaha Perasuransian, Perusahaan Asuransi Syariah.
3. POJK No 73/POJK.05/2016 tentang Tata Kelola yang Baik Bagi Perusahaan Perasuransian.
4. POJK No. 76/POJK.07/2016 Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen Dan/Atau Masyarakat.
5. SEOJK No. 17/SEOJK.07/2018 Tentang Pedoman Pelaksanaan Layanan Pengaduan di Sektor Jasa Keuangan.
6. Anggaran Dasar Perusahaan yang termuat dalam Akta Notaris Ida Murtamsa Salim, SH, M.Kn No. 14. Tanggal 31 Agustus 2020 yang telah dilaporkan kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI dan telah disetujui sesuai Keputusan No. AHU-0060180.AH.01.02 th 2020 serta telah diumumkan dalam tambahan Berita Negara RI tanggal 02 September 2020.

6. Keputusan Direksi Nomor : 020/DIR-TKP/SDM/II/2020 Tanggal 21 Februari 2020 tentang Struktur Organisasi PT Asuransi Tugu Kresna Pratama.

MEMPERHATIKAN : Hasil Rapat Direksi tanggal 29 Desember 2020 tentang Penetapan SOP PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN : Surat Keputusan Direksi tentang Standar Operasional Dan Prosedur Tata Kelola Kehumasan PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.

PERTAMA : Penerapan segala bentuk proses kehumasan Perusahaan mengacu pada Standar Operasional Dan Prosedur Tata Kelola Kehumasan sebagai lampiran Surat Keputusan Direksi ini.

KEDUA : Agar seluruh Direktorat mematuhi dan melaksanakan ketentuan sesuai yang tercantum dalam Surat Keputusan ini.

KETIGA : Bagian Kehumasan pada Divisi Kesekretariatan Perusahaan bertanggung jawab atas penerapan dan pemantauan pelaksanaan Standar Operasional Dan Prosedur Tata Kelola Kehumasan PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.

KEEMPAT : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan pembetulan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada tanggal : 30 Juni 2021
Direksi PT Asuransi Perisai Listrik Nasional

pln
DIREKSI

Moch. Hirmas Fuady
Presiden Direktur

STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR

TATA KELOLA KEHUMASAN

PT ASURANSI PERISAI LISTRIK NASIONAL

TAHUN 2021

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan petunjukNYA kami dapat menyelesaikan penyusunan Pedoman Kehumasan PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.

Pedoman Kehumasan ini merupakan pedoman yang salah satu fungsinya untuk menjembatani informasi-informasi baik dari internal maupun eksternal. Selalu memberikan informasi-informasi terbaru yang berguna untuk masyarakat luas.

Pedoman Kehumasan ini diperuntukan bagi seluruh Direktorat-direktorat yang berada di PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.

Dengan adanya pedoman ini diharapkan semua Direktorat bisa memanfaatkan media atau aplikasi-aplikasi yang telah tersedia dengan sebaik-baiknya.

Jakarta, 30 Juni 2021

PT Asuransi Perisai Listrik Nasional

Moch. Hirmas Fuady
Presiden Direktur

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI ii

BAB I : KETENTUAN UMUM 1-2

BAB II : DEFINISI, FUNGSI DAN RUANG LINGKUP UMUM KEHUMASAN 3

1. PELAYANAN KONSUMEN 3
2. PENGELOLAAN WEBSITE 3
3. LITERASI KEUANGAN 3

BAB III : PELAYANAN KONSUMEN PERUSAHAAN ..... 4 - 6

I. PELAYANAN CALL CENTER 4

II. PELAYANAN PENGADUAN ..... 5 - 6

A. MEKANISME PENGADUAN DARI MASYARAKAT 5

B. MEKANISME KONFIRMASI DENGAN PIC/BAGIAN TERKAIT ..... 5 - 6

C. MEKANISME PELAPORAN PADA REGULATOR (OJK) 6

BAB IV : PENGELOLAAN WEBSITE PERUSAHAAN 7

BAB V : LITERASI KEUANGAN DAN PELAKSANAANNYA ..... 8 - 9

BAB VI : TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB KEHUMASAN ..... 10 - 12

BAB VII : PENUTUP 13

BAB I
Ketentuan Umum

Daftar istilah dan definisi pada Pedoman Kehumasan ini yang meliputi:

1. Kehumasan adalah segala kegiatan komunikasi dan publikasi yang ditujukan untuk memberikan informasi berbagai kebijakan dan program sehingga dapat terwujud citra positif perusahaan;
2. Komunikasi adalah kegiatan penyampaian informasi secara timbal balik sebagai wujud hubungan antara perusahaan dengan klien perusahaan ataupun masyarakat sebagai konsumen retail/corporate baik langsung maupun melalui media;
3. Informasi adalah pesan yang disampaikan kepada pihak lain baik internal maupun eksternal untuk menambah pengetahuan, pengertian, dan/atau mengurangi ketidakpastian.
4. Konferensi Pers adalah pertemuan resmi dengan wartawan guna mempublikasikan kebijakan atau permasalahan tertentu sebagai pernyataan resmi Perusahaan yang dapat dilengkapi dengan keterangan tertulis;
5. Siaran Pers adalah informasi resmi dalam bentuk berita tertulis yang ditujukan kepada Media Massa atas beragam kebijakan/program/kegiatan yang dilaksanakan ataupun pencapaian di bidang perasuransian dan mengenalkan produk baru yang bersifat terkini di lingkungan perusahaan dengan maksud agar dipublikasikan;
6. Strategi Komunikasi adalah perencanaan dan manajemen komunikasi dalam rangka mencapai visi dan misi perusahaan yang disusun secara komprehensif, terencana, dan dinamis;
7. Advertorial adalah suatu ragam iklan yang berbentuk artikel bergaya redaksional, berisi promosi berbagai kebijakan/ program/kegiatan perusahaan;
8. Situs *(Website)* adalah suatu media sekumpulan halaman pada suatu domain di internet yang dibuat dengan tujuan tertentu dan saling berhubungan dengan media sosial dan digital aset lainnya yang dapat diakses secara luas melalui halaman depan *(home page)* menggunakan sebuah browser menggunakan *Uniform Resource Locator (URL) website* perusahaan;
9. Iklan adalah bentuk publikasi terkontrol yang dilakukan Perusahaan melalui Media Massa untuk mempromosikan berbagai kebijakan/program/kegiatan;
10. Media Sosial adalah media berbasis internet yang bersifat dua arah dan terbuka bagi siapa saja, yang memungkinkan para penggunanya dengan mudah berinteraksi, berpastisipasi, berdiskusi, berkolaborasi, dan menciptakan serta berbagi informasi;
11. Publikasi adalah kegiatan penyebarluasan informasi;
12. Media monitoring dan Analisis Pemberitaan adalah pemantauan dan analisis berita dari Media Massa dalam periode waktu tertentu;

13. Media Massa adalah sarana dan saluran resmi sebagai saluran komunikasi untuk menyebarluaskan berita atau informasi atau pesan;
14. Media Online atau Media Dalam Jaringan (Daring) adalah sarana dan saluran resmi perusahaan untuk menyebarluaskan berita atau informasi, atau pesan berbasis internet;
15. Kliping adalah kumpulan pemberitaan Media Massa dalam periode waktu tententu;
16. Majalah adalah media cetak yang diterbitkan secara berkala dengan Publikasi laporan yang lebih mendalam atas isi/konten tulisan dibandingkan koran;
17. Komunikasi Krisis adalah penyampaian pesan antara instansi Pemerintah dan publik untuk menyamakan persepsi dalam penanganan krisis (sebelum, selama, dan setelah krisis);
18. Krisis adalah segala sesuatu/kejadian yang tidak berjalan dengan semestinya yang berpotensi menyebabkan dampak negatif bagi kelangsungan kegiatan perusahaan;
19. *Call Center* adalah satuan departemen yang bertugas untuk menjawab panggilan telepon dari pelanggan/klien perusahaan untuk menyelesaikan masalah dan/atau sebagai layanan pengaduan resmi perusahaan yang dapat diakses oleh pelanggan, untuk kemudian diberikan solusi dari permasalahan tersebut. Merujuk pada SOP terpisah yang telah ditetapkan;
20. Kampanye Kehumasan adalah aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung, yang ditujukan ke khalayak tertentu, pada periode yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan;
21. Pemetaan Pemangku Kepentingan adalah rangkaian kegiatan seperti pengumpulan, pengolahan, dan analisa data serta penentuan klasifikasi pemangku kepentingan, sebagai dasar penetapan strategi, serta perumusan berbagai pendekatan dan agenda program yang akan dilaksanakan.
22. Anggaran kehumasan pada Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) yang dimasukkan dan disusun wajib menyesuaikan kebutuhan perusahaan dan dalam periode waktu dalam 1 (satu) tahun.
23. Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

BAB II

Definisi, fungsi dan Ruang Lingkup Umum Kehumasan

Kehumasan adalah sesuatu yang terdiri dari semua bentuk komunikasi berencana baik ke dalam maupun ke luar antar organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan khusus, yaitu pengertian bersama.

Kehumasan mempunyai fungsi adalah sebagai berikut:

- Menunjang kegiatan Manajemen dan mencapai tujuan Perusahaan
- Menciptakan dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari Perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada Perusahaan.
- Melayani publik dan memberikan masukan, gagasan kepada pimpinan Perusahaan untuk kepentingan umum.
- Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dan publik, baik secara internal maupun eksternal.

Kegiatan kehumasan PT Asuransi Perisai Listrik Nasional secara garis besar meliputi:

1. **Pelayanan Konsumen**

   Pelayanan konsumen dan masyarakat bertujuan untuk memberikan akses bagi konsumen dan masyarakat dalam memberi, menerima informasi dan/atau penyelesaian pengaduan dari masyarakat untuk mewujudkan perlindungan konsumen dan masyarakat.

   Pelayanan konsumen ini dilaksanakan berdasarkan asas manfaat, asas keadilan, asas keamanan, dan asas kepastian hukum.

2. **Pengelolaan Website**

   Sesuai dengan POJK nomor: 69/POJK.05/2016 tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian Asuransi, Perusahaan Asuransi Syariah, Perusahaan Reasuransi, dan Perusahaan Reasuransi Syariah, salah satunya adalah perusahaan wajib menyediakan berbagai sarana komunikasi dan informasi yang mudah untuk diakses oleh pemegang polis, tertanggung, peserta.

3. **Literasi Keuangan**

   Perusahaan wajib melaksanakan kegiatan dalam rangka untuk meningkatkan literasi keuangan sesuai dengan pedoman yang ada di perusahaan sesuai yang telah ditetapkan dalam POJK Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen Dan/Atau Masyarakat.

BAB III
Pelayanan Konsumen Perusahaan

Pelayanan Konsumen adalah segala bentuk aktivitas yang diberikan oleh Perusahaan atau pihak lain dengan tujuan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumen atas jasa yang diberikan.

Pelayanan Konsumen Perusahaan meliputi sebagai berikut:

I. Pelayanan Call Center

Adalah pelayanan untuk menjembatani konsumen dengan perusahaan yang akan menyampaikan keluhan, pertanyaan, permintaan informasi-informasi. Pelayanan Call Center ini juga suatu interaksi layanan untuk menjawab kebutuhan konsumen.

- **Kebutuhan konsumen tersebut antara lain sebagai berikut:**
  a. Pengenalan Produk
     Memberikan informasi atau mengenalkan produk-produk apa saja yang tersedia di PT Asuransi Perisai Listrik Nasional agar masyarakat memahami dan mengerti produk apa yang sesuai dengan yang dibutuhkan.
  b. Penentuan harga
     Memberikan penjelasan akan perhitungan-perhitungan biaya yang akan dikeluarkan oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat menentukan harga sesuai dengan kemampuannya.
  c. Kerjasama
     Melakukan kerjasama dengan instansi-instansi atau dengan masyarakat umum apabila sudah terjadi kesepakatan, misal kesepakatan dalam penentuan produknya, penentuan harga sudah terjadi.
  d. Pelayanan Klaim
     Akan memberikan pelayanan klaim apabila terjadi klaim dengan melalui aturan-aturan yang telah ditetapkan.
  e. Pelayanan Pengaduan
     Konsumen ataupun masyarakat dapat mengadukan atau melaporkan segala ha-hal yang bersifat pengaduan melalui Layanan pengaduan yang tersedia di PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.
- **Pelayanan call center tersebut secara detail dan jelas akan diatur dalam SOP tersendiri.**

II. Pelayanan Pengaduan.

Bahwa layanan pengaduan konsumen merupakan wadah untuk menampung keluhan konsumen termasuk adanya potensi kerugian materiil atas produk dan/atau jasa pelaku usaha jasa keuangan yang dimanfaatkan oleh konsumen.

A. Mekanisme Pengaduan Dari Masyarakat.

Masyarakat dapat melakukan pengaduan melalui mekanisme pengaduan yang telah diatur seperti dibawah ini. Dan Perusahaan telah memberikan layanan pengaduan melalui:

1. Email Perusahaan.
   Masyarakat/Konsumen dapat melakukan pengaduan ke alamat email perusahaan yaitu plninsurance@plninsurance.co.id
2. Hot Line Customer Service
   Masyarakat/Konsumen dapat melakukan pengaduan ke alamat email Customer Service Perusahaan dengan alamat email cs@plninsurance.co.id dan akan diterima dan disampaikan kebagian terkait atau PIC yang menangani.
3. Call Center.
   Masyarakat/Konsumen dapat melakukan pengaduan melalui call center perusahaan.

B. Mekanisme Konfirmasi Dengan PIC/Bagian Terkait

Berikut disampaikan alur / proses pengaduan yang diterima melalui Customer Service atau Call Center PT Asuransi Perisai Listrik Nasional:



- Pengaduan yang masuk akan diterima melalui Customer Service/Call Center yang merupakan bagian dari Corporate Secretary.
- Corporate Secretary akan meneruskan pengaduan tersebut ke PIC Divisi masing-masing sesuai dengan jenis pengaduan dan kepentingannya.
- Setelah disampaikan kepada PIC setiap Divisi Corporate Secretary akan melakukan pemantauan atau mengontrol setiap pengaduannya apakah dari setiap pengaduan tersebut telah mendapat tanggapan, respon atau ditindaklanjuti dari Divisi terkait.
- PIC disetiap Divisi akan memberikan tanggapan atas pengaduan tersebut berupa penjelasan, informasi dan penyelesaian dari pengaduan tersebut kepada Corporate Secretary. Dan dari Corporate Secretary akan meneruskan kembali ke Customer Service.
- Customer Service akan menyampaikan tanggapan/jawaban dari Divisi-divisi terkait dan meneruskan kepada yang melakukan pengaduan.
- Proses penyelesaian pengaduan dari awal menerima pengaduan hingga disampaikan kembali kepada yang melakukan pengaduan adalah selama 7 (tujuh) sampai dengan 14 (empat belas) hari kerja.
- Corporate Secretary dalam menerima pengaduan harus tercatat dalam kertas kerja, yang berisi antara lain:
  1. Nama lengkap
  2. Alamat sesuai Kartu Identitas
  3. Tanggal menerima pengaduan
  4. Tanggal disampaikan kepada PIC terkait
  5. Permasalahan yang disampaikan
  6. Tanggapan dari PIC Divisi terkait
  7. Tanggal Penyelesaian Pengaduan/tanggal disampaikan ke Customer Service untuk disampaikan kembali kepada Konsumen.

C. Mekanisme Pelaporan Pada Regulator (OJK)

a. Menunjuk SEOJK No. 17/SEOJK.07/2018 Tentang Pedoman Pelaksanaan Layanan Pengaduan di Sektor Jasa Keuangan, pelaporan tersebut dapat dilaporkan melalui sistem elektronik yang telah disediakan oleh OJK.

b. Pelaporan sistem elektronik tersebut melalui aplikasi sipeduli dengan cara mengisi setiap format yang ada.

c. Pelaporan Pelaksanaan Layanan Pengaduan bagi Konsumen tersebut dilaksaanakan secara berkala, yaitu setiap 3 (tiga) bulan sekali dalam satu tahun.

BAB IV
Pengelolaan Website Perusahaan dan Mekanisme Pengelolaan

Pengelolaan Website diatur di POJK Nomor: 69/POJK.05/2016 tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Asuransi, Perusahaan Asuransi Syariah, Perusahaan Reasuransi, dan Perusahaan Reasuransi Syariah pasal 48.

Pengelolaan website PT APLN meliputi sebagai berikut:

1. Situs (*Website*) harus bermuatan konten yang transparan, informatif, produk, jaringan kantor/cabang, layanan informasi & pengaduan, serta perihal keuangan dan non keuangan:
2. Situs website paling sedikti harus memuat sebagai berikut:
   2.1. Konten yang berkaitan dengan hal keuangan yaitu, Laporan *Audited* yang sah, Laporan Keuangan Triwulan dari Laba & Rugi yang ditampilkan.
   2.2. Profil Perusahaan, yaitu berisi struktur organisasi, izin usaha, nama pejabat dibawah satu level dengan Direksi, susunan pengurus, alamat dan nomor telepon kantor pusat.
   2.3. Jaringan, alamat dan nomor .telepon kantor cabang dan kantor pemasaran.
   2.4. Ringkasan informasi produk-produk
   2.5. Informasi tata cara pelayanan dan penyelesaian pengaduan.
   2.6. Situs/*Website* perusahaan menampilkan informasi mengenai penerapan tata kelola perusahaan yang termuat dalam laporan tahunan
3. Pengkinian data dan informasi yang ditampilkan di situs/*website* perusahaan paling lama 20 (dua puluh) hari kerja setelah terjadi perubahan atau pengkinian informasi.
4. Keseluruhan data yang diunggah/*upload* merupakan permintaan dari bagian kehumasan yang telah melalui proses Analisa dan telah disetujui oleh atasan bersangkutan dengan bantuan Divisi Informasi Teknologi (IT) untuk mengunggah/posting ke situs/*website* perusahaan;
5. Setiap insan Asuransi Perisai Listrik Nasional wajib memberikan informasi untuk pelanggan/klien melalui *Hotline Service* atau *Call Center* dengan Nomor Telelpon: 021-50809922/9920 dan tidak lagi melalui jalur *back office* atau *receptionist;*
6. Pada pelayanan office hours, pelayanan serta informasi umum dapat menghubungi Nomor Telepon: 021-7995888 dengan *PIC Receptionist*;

BAB V
Literasi Keuangan dan Pelaksanaannya

1. Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan dengan cara mengedukasi, memberikan sosialisasi bagi masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan dan meningkatkan kesejahteraan.
2. Perusahaan melakukan perencanaan Literasi Keuangan untuk dilaksanakan dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman Masyarakat yang dapat dilakukan paling sedikit 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun.
3. Pelaksanaan kegiatan Literasi Keuangan dilakukan berdasarkan prinsip:
   - Terencana dan terukur, diwujudkan melalui pelaksanaan kegiatan dengan tepat sasaran, strategi dan kebijakan otoritas.
   - Berorientasi pad pencapaian, diwujudkan melalui kegiatan untuk mencapai tujuan peningkatan Literasi Keuangan dengan mengoptimalkan sumber daya.
   - Berkelanjutan, diwujudkan dengan pelaksanaan kegitan yang dilakukan Perusahaan secara berkesinambungan.
   - Berkolaborasi, melibatkan berbagai pemangku kepentingan.
4. Dalam pelaksanaan literasi keuangan ini perusahaan dapat mengadakan sosialisasi, seminar atau pembekalan pengetahuan (Sosialisasi produk-produk, pengelolaan keuangan yang lebih baik dan lainnya). Dan dalam pelaksanaannya Perusahaan menyesuaikan sesuai kebutuhannya.
   Kegiatan yang dilaksanakan dalam meningkatkan Literasi Keuanga ini terdiri dari:
   - Kegiatan yang menjelaskan tentang produk dan/atau layanan jasa keuangan Perusahaan.
   - Pengembangan Infrastruktur yang mendukung Literasi Keuangan bagi Masyarakat.
   - Kegiatan dalam rangka transparansi dalam bentuk pemasaran.
   - Kegiatan yang berupa pemberian bantuan sosial, pada kegiatan ini dapat dilakukan pemantauan dan evaluasi terhadap kegiatan tersebut.
5. Perusahaan dapat berkerjasama dengan pihak ketiga dalam pelaksanaan literasi dan edukasi tersebut.

➢ Mekanisme Penentuan Masyarakat adalah sebagai berikut:

a. Bagian kehumasan akan berkoordinasi dengan internal perseroan untuk menentukan kebutuhan masyarakat dalam rangka melakukan sosialisasi atau promosi dengan tujuan masyarakat lebih mengenal lebih dalam PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.

b. Setelah mendapatkan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, bagian kehumasan akan berkoordinasi dengan PIC dari internal untuk menentukan pembicara, materi apakah dari internal atau dari eksternal.
c. Corporate Secretary akan memberikan pelaporan ke OJK bersamaan dengan pelaporan realisasi rencana bisnis yaitu pada bulan Juni tahun berjalan, sesuai dengan POJK Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan / atau Masyarakat.

BAB VI
TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB KEHUMASAN

1. Menyusun Program kerja bagian Kehumasan dengan menganalisa hasil kerja sebelumnya berdasarkan report/laporan terbaru dan memproyeksikan kegiatan yang akan datang agar pelaksanaan kegiatan bagian Kehumasan dapat dilaksanakan dengan efektif dan efisien;
2. Menyebarkan informasi, mengikuti kegiatan, membuat *press release* atau artikel serta mengambil gambar/foto setiap kegiatan yang melibatkan direksi atau pada acara/event tertentu dan mengunggahnya ke dalam *website* serta digital aset termasuk media sosial yang dimiliki oleh perusahaan;
3. Melakukan evaluasi-evaluasi dalam memberikan informasi, baik internal maupun secara eksternal, sudah tepat sasaran, jelas dan mudah dipahami sehingga dapat tersampaikan pesan tersebut;
4. Berkoordinasi dengan sekretaris perusahaan untuk mengadakan wawancara atau berbicara secara khusus dengan pimpinan perusahaan;
5. Mengawasi dan Menilai pelaksanaan kegiatan kehumasan perusahaan, mulai dari kegiatan lapangan Konferensi Pers atau Pers Release, Siaran Pers, atau Wawancara Pers;
6. Mengawasi dan Menilai pelaksanaan kegiatan *Digital Advertising* atau Konvensional. Termasuk didalamnya reporting digital campaign setiap awal bulan untuk kegiatan bulan sebelumnya;
7. Menyusun sistem kerja dan wewenang dibidang Kehumasan berdasarkan pedoman kerja yang berlaku, seperti:
8. Mengusulkan/membuat sponsorship iklan dengan skema sebagai berikut:
   - Proposal iklan mendapatkan disposisi untuk di tindak lanjuti;
   - Tindak lanjuti dengan menanyakan kepada divisi terkait;
   - Mengirimkan konfirmasi order;
   - Iklan dicetak;
   - Tagihan dikirimkan;
   - Tagihan di proses melalui care system;
   - Tagihan masuk ke divisi keuangan; dan
   - Proses pembayaran max 7 hari kerja.

9. Untuk mengirimkan /memberikan/mengucapkan dengan dan bila memakai Rangkaian Bunga, maka dengan skema sebagai berikut:
   - Mengirimkan konfirmasi order pengiriman karangan bunga;
   - Karangan bunga dikirimkan;
   - Tagihan dikirimkan;
   - Tagihan diproses melalui *care system*;
   - Tagihan masuk ke divisi keuangan; dan

- Proses pembayaran max 7 hari kerja.

10. Dalam pelaksanaan kegiatan kehumasan perusahaan, Manager Kehumasan dan staf mempunyai wewenang untuk:
    - melaksanakan peliputan kegiatan perusahaan untuk selanjutnya menjadi artikel untuk situs/*website* serta mengelola klipping;
    - mengkoordinasikan penyusunan dan penyampaian Advertorial dan Iklan (Digital seperti GDN, Media Sosial, Situs/*Website*, Billboard, SEO dll & Konvensional seperti Koran, Radio, Televisi dll);
    - menerbitkan dan mendistribusikan Media Internal berupa majalah, TV Informatif, brosur, leaflet, booklet, poster kalender, buku agenda kerja dan/atau media lain yang dianggap perlu;
    - mengkoordinasikan penyelenggaraan pameran/*event BTL*;
    - melaksanakan media monitoring dan analisis pemberitaan pada media Televisi, Radio, maupun media cetak;
    - mengkoordinasikan dan melaksanakan Komunikasi Perusahaan; dan
    - melaksanakan kampanye promosi produk perusahaan via digital atau konvensional atau melalui e-commerce/startup yang menjadi target *channel*/distribusi baru.
11. Melakukan inovasi-inovasi untuk penampilan *(User Interface)* dalam situs/*website* agar lebih menarik dengan melibatkan divisi terkait yaitu Divisi Informasi Teknologi.
12. Membantu mengunggah/memposting, menyebarkan informasi, mengikuti kegiatan, mengambil gambar/foto setiap kegiatan yang melibatkan direksi atau pada acara/event tertentu dan mengunggahnya ke dalam situs/*website* atau digital aset termasuk media sosial yang dimiliki oleh perusahaan kepada divisi yang berwenang untuk mengunggah yaitu divisi Informasi Teknologi;
13. Kehumasan berhak mengelola dan mengisi seluruh konten dan pengembangan digital aset yang dimiliki perusahaan mulai dari situs/*website*, media sosial, *mobile app,* digital aset ataupun jika memakai konsultan untuk membantu seluruh objektif (tujuan) tercapai sesuai KPI yang ditentukan;
14. Kehumasan berhak menolak sebagian/seluruh konten promosi/nonpromosi atau tips trik atau infografis untuk pengembangan digital aset atau media sosial atau majalah atau artikel atau klipping dengan tujuan/objektif yang tidak sesuai dengan SOP Kehumasan khususnya yang mengandung unsur SARA, Kriminalitas, dan/atau melanggar UU ITE atau Undang-Undang yang berkaitan;
15. Kehumasan diharuskan mengawasi, memonitor, menganalisa, dan memberikan laporan/*report* situs/*website*, media sosial, digital aset lainnya kepada atasan langsung.

16. Merespon informasi produk/perusahaan, pertanyaan dan komplain serta menerima saran melalui telepon, email, media sosial atau komunikasi tatap muka dari publik/ masyarakat yang bersifat umum;
17. Kehumasan harus pro aktif dengan melakukan pendekatan ke internal antara lain: Jajaran Komisaris dan Direksi perusahaan, Kepala Divisi, Manager hingga ke Staf dan Karyawan untuk memperoleh informasi yang layak untuk dipublikasi dengan terlebih dahulu mendapatkan ijin dari atasannya.
18. Berkoordinasi dengan pimpinan Divisi untuk mengadakan wawancara atau berbicara secara khusus dengan pimpinan perusahaan atau dengan pihak eksternal;
19. Kehumasan membuat konten digital dan konten promosi dengan bekerjasama dan menginformasikan kepada divisi lain, seperti Divisi Teknik, Divisi Marketing & Divisi Informasi Teknologi;
20. Mengatur *call center* secara umum dengan SOP yang sudah ditetapkan tersendiri khusus pengaduan dan klaim asuransi;
21. Mengawasi jalannya *call center* hingga menyelesaikan segera tiket/aduan yang masuk melalui *call center* dengan SOP yang sudah ditetapkan tersendiri;
22. Petugas yang berwenang pada *call center* sudah melalui arahan dari Manager Kehumasan atau pejabat terkait melalui supervisor serta petugas melakukan kegiatan dengan menggunakan jam kerja yang telah ditetapkan dan menggunakan sistem tiket dengan periode terbatas (durasi maksimum) dan melaporkan kegiatan harian pada pejabat terkait;
23. Mengawasi jalannya tiket aduan/klaim pada *call center* sesuai durasi/waktu maksimal penyelesaian pengaduan yang telah dicatat pada sistem;
24. Identifikasi permasalahan/gangguan yang terjadi pada sistem, situs/*website*, *internet & server*, maka dapat diganti melalui pencatatan manual sementara untuk seluruh operasional khususnya pada bagian *call center*, namun berkoordinasi dengan IT Departemen untuk percepat menyelesaikan gangguan tersebut;
25. Penyusunan anggaran Kehumasan lengkap untuk disampaikan paling lama pada bulan November untuk dapat diserahkan kepada Tim penyusun RKAP untuk menyesuaikan kebutuhan pada bagian Kehumasan;
26. Anggaran kehumasan yang dimasukkan ke dalam RKAP harus memenuhi seluruh unsur kebutuhan kehumasan untuk dapat mengelola digital aset yang dimiliki perusahaan mulai dari situs/website, media sosial, *mobile app*, *analytic tools* ataupun jika memakai konsultan/agensi agar sesuai dengan *Return on Investment (ROI)* yang telah disepakati.

BAB VII
Penutup

1. Dengan berlakunya Pedoman SOP Kehumasan maka semua hal-hal yang berhubungan dengan kehumasan dan didalamnya harus merujuk pada pedoman ini yang telah berlaku sejak tanggal ditetapkannya.

2. Agar setiap orang mengetahuinya dan memahami aturannya dalam Pedoman SOP Kehumasan dengan penempatan pada Divisi Corporate Secretary sebagai Bagian Kehumasan.

3. Apabila ada hal-hal yang belum diatur dalam pedoman kehumasan ini akan dilakukan penyempurnaan sebagaimana mestinya.

4. Pedoman Kehumasan ini dapat dilakukan evaluasi oleh bagian Kehumasan dan bagian terkait sesuai kebutuhan Perusahaan.