



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama proses kerja magang, penulis ditempatkan pada bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK), Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) sebagai peserta magang Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK), melalui Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) menjalankan tugas dan fungsinya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan konsumen (*stakeholders*) mengenai Lembaga Jasa Keuangan (LJK) serta produk dan jasa yang ditawarkan di industri keuangan melalui kegiatan sosialisasi edukasi yang dilakukan (sosialisasi, seminar, Focus Group Discussion, Pasar Keuangan Rakyat, SiMolek, ToT, dls.).

Penulis berada dalam pengawasan Ibu Irma Agus Fitriani (Plt. Kepala Bagian Edukasi 2) dan Ibu Lasmaida S. Gultom (Direktur Literasi dan Edukasi Keuangan). Dalam pekerjaan sehari – hari, penulis melakukan pekerjaan sesuai arahan dan instruksi dari Ibu Irma Agus Fitriani (Plt. Kepala Bagian Edukasi 2), Rizki Yuniarini (staf bagian literasi), dan Franky Maruli (staff bagian edukasi). Selama kurang lebih dua bulan, penulis melakukan kerja magang dan membantu Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) untuk membuat atau merumuskan strategi public relations untuk kegiatan Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK), pembuatan majalah edukasi konsumen, dls.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan praktek kerja magang pada Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK), penulis diberikan kesempatan untuk mengerjakan tugas sebagai berikut:

No.	Ruang Lingkup Pekerjaan	Aktivitas	July				Agustus				September	
			I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
1	PR Writing	a. Koreksi majalah edukasi konsumen										
		b. Usul konten majalah edukasi konsumen (edisi dan dwi mingguan)										
		c. <i>Designing</i>										
2	PR Management	a. Melakukan desk research										
		b. Membuat perencanaan strategi										
		c. Pengembangan taktik komunikasi PR										
3	Online PR	a. Membuat artikel untuk minisite OJK										
		b. Membuat dan mengkomunikasikan message melalui social media										
4	Administratif	a. Membuat daftar nama wilayah / sekolah untuk kegiatan ToT dan Uji materi edukasi										
		b. Review daftar hadir peserta kegiatan seminar internasional										

Keterangan :

- PR Writing
- PR Management
- Online PR
- Administratif

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Dalam proses kerja magang, penulis melakukan beberapa jenis pekerjaan pada Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk memenuhi permintaan dan kebutuhan internal Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK). Jenis pekerjaan yang dilakukan antara lain :

Public Relations

Public relations (Jefkins, 2008 : 10) merupakan suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan seluruh kegiatan tersebut berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Sedangkan menurut Scott M. Cutlip (Cutlip et. Al, 2007 : 6) *public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik yang bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Dari dua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *public relations* berkaitan erat dengan pengelolaan bentuk komunikasi kepada stakeholders untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan stakeholders hal ini diperlukan untuk membangun suatu kesepahaman (*mutual understanding*) antara organisasi dengan stakeholdersnya.

Tugas yang dilakukan oleh penulis dalam praktek kerja magang yang dilaksanakan pada bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK) tepatnya Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah upaya untuk mendorong terbentuknya komunikasi yang efektif (dua arah atau timbal balik) antara Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan stakeholdersnya. Hal ini dilakukan melalui :

A. *PR Writing*

Public relations memiliki hubungan yang erat dengan kegiatan tulis menulis dalam menjalankan tugasnya. Kegiatan ini bukanlah hal yang mudah karena seorang *public relations* diharuskan untuk memosisikan dirinya sebagai wartawan sehingga dapat mengetahui sisi menarik atau news value dan menulis dengan angle yang tepat agar naskah tersebut menarik dan dapat disiarkan wartawan. Menurut Rosady Ruslan dalam Manajemen Public Relations & Media Komunikasi (2010:208), bentuk-bentuk penulisan naskah kehumasan (*PR Writing*) yang masing-masing memiliki karakter dan gaya penulisan (*style*) yang berbeda, yaitu sebagai berikut :

- a. Naskah (*Script*) : Naskah pidato (*speech writing*), presentasi dan naskah sambutan.
- b. Siaran (*Release*) : siaran pers (*press release*), siaran berita (*news release / letter*), dan journal magazine (majalah internal).
- c. Laporan (*Report*) : laporan tahunan, laporan bulanan, dan semesteran.

Pada bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK) tepatnya Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) penulisan siaran (*release*) dilakukan oleh staff Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) atas permintaan Direktur Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) yaitu Ibu Lasmaida Gultom atau permintaan Kepala Bagian Edukasi 2 yaitu Ibu Irma Agus Fitriani. Adapun pembuatan siaran (*release*) dibuat berdasarkan data langsung dari kegiatan literasi dan edukasi yang dilaksanakan atau informasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) itu sendiri. Untuk pembuatan release atau artikel yang akan disebarkan ke online media mengenai peraturan dan kegiatan

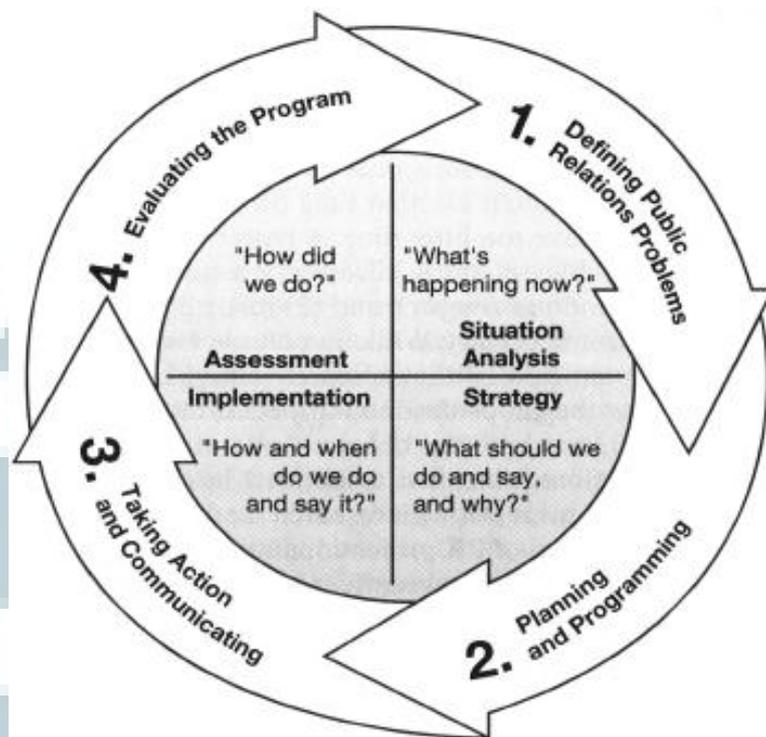
menyangkut bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK) tepatnya Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dipegang oleh Rizki Yuniarini selaku staff dari Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan. Sedangkan untuk pembuatan *journal magazine* yaitu majalah edukasi konsumen, *content* atau isi dari majalah tersebut disusun oleh staff Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) yaitu Franky Maruli dan pembuatan design dari majalah tersebut diserahkan kepada vendor yang nantinya akan dicek kembali oleh Franky Maruli untuk mengoreksi atau merubah bagian yang kurang sesuai dengan *Term Of Reference* (TOR) pada majalah edukasi konsumen tersebut, oleh karena itu pekerjaan menyangkut majalah edukasi konsumen yang dikerjakan penulis, akan diperiksa kembali oleh Franky Maruli dan hasil akhirnya diserahkan kepada Direktur Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) yaitu Ibu Lasmaida S. Gultom, untuk mengecek kembali isi dari majalah edukasi konsumen tersebut, setelah mendapatkan approval, barulah majalah edukasi konsumen diserahkan pada vendor untuk dieksekusi dan cetak dalam jumlah besar, karena akan disebarakan ke kantor Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diseluruh Indonesia.

Selama praktik kerja magang, penulis bertugas untuk membuat artikel seputar sektor jasa keuangan untuk dipost pada minisite Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu <http://sikapiuangmu.ojk.go.id/id/> artikel seputar sektor jasa keuangan yang dibuat oleh penulis meliputi artikel mengenai perbankan, pengelolaan keuangan, asuransi, dana pensiun, pasar modal dan pegadaian. Artikel tersebut diserahkan kepada Rizki Yuniarini untuk diperiksa, dan dikembalikan kepada penulis untuk direvisi, dan diserahkan kembali kepada Rizki Yuniarini, sebagai bahan artikel untuk website sikapi uangmu yang terbaru (dalam tahap pengembangan). Selain itu, penulis juga membantu dalam

membuat design dari beberapa kegiatan bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK) khususnya Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang hasilnya akan diperiksa oleh beberapa staff Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) serta Kepala bagian Edukasi 2 selaku pembimbing lapangan penulis yaitu, Ibu Irma Agus Fitriani dan apabila sudah sesuai dengan permintaan, design tersebut akan digunakan (dicetak dan dipasang) sesuai dengan kegiatan yang dilaksanakan (contoh : lampiran IX – XI).

B. *PR Management*

Sebelumnya, telah dijelaskan bahwa menurut Scott M. Cutlip *public relations* merupakan sebuah fungsi manajemen. Hal ini diperjelas dengan pernyataannya pada (Cutlip et. Al, 2007 : 6) yang menyatakan public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik yang bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Dalam menjalankan fungsi manajemen ini, tentunya public relations perlu melalui suatu tahapan atau proses agar fungsi manajemen public relations dapat berjalan secara efektif atau sesuai dengan yang diinginkan. Menurut Scott M. Cutlip, proses manajemen public relations, perlu melalui empat (4) tahapan, hal ini dapat dilihat pada model perencanaan dan manajemen *public relations* berikut ini :



Gambar 3.3.1.2 Model Perencanaan dan Manajemen PR

Tahap – tahap dalam model perencanaan dan manajemen public relations :

1. Mendefinisikan permasalahan public relations

Tahapan pertama ini mencakup penyelidikan dan memantau keadaan organisasi setelah dipengaruhi oleh tindakan dan kebijakan yang diterapkan oleh organisasi. Singkatnya, bagaimana keadaan perusahaan saat ini?

2. Perencanaan dan programming

Data yang dikumpulkan pada tahap pertama digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan atas program public, strategi, tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik dan sasaran. Singkatnya, berdasarkan data yang dimiliki, apa yang perlu dilakukan atau dirubah atau katakan untuk mencapai hasil yang diinginkan?

3. Mengambil tindakan atau aksi dan berkomunikasi

Tahap ketiga merupakan tahap implementasi program komunikasi yang telah disusun untuk mencapai tujuan spesifik yang sesuai dengan public sasaran (*target audience*) dari program tersebut. Pertanyaan yang perlu dipertimbangkan dalam langkah ini merupakan siapa yang harus melakukan dan menyampaikannya, kapan, dimana, dan bagaimana caranya?

4. Mengevaluasi program

Langkah ini merupakan langkah terakhir yang perlu dilakukan, yaitu melakukan penilaian atas persiapan, implementasi dan hasil dari program yang dilaksanakan. Hal ini dilaksanakan sebagai penyesuaian ekspektasi yang diharapkan dengan dijalankannya program tersebut dengan keadaan sebenarnya. Evaluasi akan menentukan apakah program yang dijalankan efektif (berhasil) untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dan dapat dijadikan acuan untuk bentuk – bentuk program selanjutnya atau tidak.

Selama praktik kerja magang, penulis diberikan tugas untuk membuat strategi *public relations* atau komunikasi bagi kegiatan Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Strategi yang dibuat oleh penulis disesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan dari Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) itu sendiri, yaitu membuat strategi dan taktik mengenai menaikkan tingkat literasi dan edukasi masyarakat, melalui komunikasi dan bentuk kegiatan lainnya, sehingga terbangun masyarakat yang *financial well – literate*. Bentuk strategi dan taktik komunikasi yang dibuat oleh penulis berupa strategi dan taktik komunikasi untuk tingkat pendidikan (d disesuaikan dengan target audience

Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan – DLEK), dan strategi dan taktik komunikasi melalui online media Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tepatnya, menggunakan *social media*. Pembuatan kedua strategi ini selama praktik kerja magang yang dilaksanakan penulis, masih berada pada tahap perencanaan dan programming atau tahap kedua dari empat tahapan perencanaan dan manajemen public relations yang diuraikan di atas. Sehingga strategi yang telah dibuat oleh penulis dijadikan sebagai saran untuk pengembangan program Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) kedepannya, hasil pekerjaan penulis dalam ruang lingkup PR Management ini diserahkan kepada Rizki Yuniarini, sebagai salah satu staff Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) yang berperan aktif dalam perencanaan kegiatan literasi dan edukasi keuangan yang dilaksanakan.

C. *Online PR*

Online public relations merupakan “konsep baru” dalam dunia *public relations*, yang terbentuk seiring berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi saat ini. Dengan kata lain, online public relations adalah aktivitas public relations yang dilakukan melalui online media. Pada praktik kerja magang yang dilaksanakan, penulis mendapatkan tugas untuk membuat message dan mengkomunikasikan minisite sikapiuangmu.ojk.go.id serta booth OJK di Kompas Karier melalui *social media account* pribadi penulis (facebook, twitter, line) selama 3 hari berturut – turut (satu hari 2x posting pada setiap social media yang digunakan) dan membuat ucapan hari aksara dalam bentuk banner website, yang dipasang pada mini website Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu <http://sikapiuangmu.ojk.go.id/id/> sejak tanggal 8 September 2015.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama kurang lebih dua bulan melaksanakan praktik kerja magang pada Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai peserta magang Otoritas Jasa Keuangan (OJK), penulis tidak menemukan kendala yang berarti selama masa praktik kerja magang berlangsung.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Selama kurang lebih dua bulan melaksanakan praktik kerja magang pada Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK), penulis tidak menemukan kendala sehingga tidak terdapat solusi atas kendala yang ditemukan.



UMN