

**EDUKASI UNTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN OJK
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN MEDIA
CETAK BUKU SAKU**

PROYEK

**Disusun untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



Disusun Oleh:

RICHARD MICHAEL DUNCAN	112010044
THEOFILUS MARIO C. S.	112010049
VIGO HARIYANTO	112010056
ELLIAN DANICA E.	112010082

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MA CHUNG
MALANG**

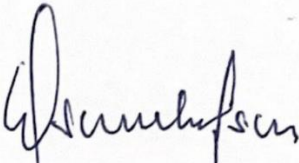
2023 HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Proyek berjudul :
**“EDUKASI UNTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN OJK MELALUI
 MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN MEDIA CETAK BUKU SAKU”**
 yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Richard M.D	Nama : Theofilus S.	Nama : Vigo H.	Nama : Ellian D.E
NIM : 112010044	NIM : 112010049	NIM : 112010056	NIM : 112010082
Prodi : Manajemen	Prodi : Manajemen	Prodi : Manajemen	Prodi : Manajemen

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung, pada tanggal 24 November 2023 dan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1)

Dosen Pembimbing 1



Sahala Manalu, S.E., M.M.
NIP. 20100023

Dosen Pembimbing 2



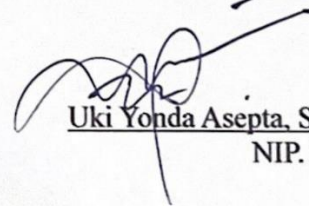
Santi Widyaningrum S.P., M.B.A.
NIP. 20200006

Dosen Penguji 1



Dr. Seno Aji Wahyono, S.E., S.T., M.M.
NIP. 20180012

Dosen Penguji 2



Uki Yonda Aseptia, S.E., M.M.
NIP. 20160015

Mengesahkan,
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan juga rahmat – Nya hingga kemudian penulis dapat menyelesaikan Laporan dengan judul **“EDUKASI DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN OJK MELALUI MEDIA SOSIAL DAN CETAK”** dengan baik.

Tujuan pembuatan laporan ini adalah untuk memenuhi sebagian persyaratan kelulusan guna memperoleh gelar Strata 1 Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung. Selain itu, laporan ini disusun dengan tujuan agar penulis dapat melaporkan segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan proyek di Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Dalam penulisan laporan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan perhatian dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini praktikan menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, M.S., M.Sc., selaku Rektor Universitas Ma Chung.
2. Bapak Sahala Manalu, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung, dan selaku Dosen Pembimbing 1
3. Bapak Uki Yonda Aseptia, S.E., M.M., selaku Kaprodi Manajemen Universitas Ma Chung dan Dosen Penguji 2
4. Ibu Santi Widyaningrum, S.P., MBA., selaku Dosen Pembimbing 2
5. Bapak Dr. Seno Aji Wahyono, S.E., S.T., M.M. selaku Dosen Penguji 1
6. Bapak Sugiarto Kasmuri selaku Kepala OJK Malang.

7. Ibu Sri Arima Nur Hidayah selaku sekretaris *junior* OJK Malang.
8. Ibu Mega Yuanita selaku pengawas I IKNB.
9. Bapak Juanda Saputra selaku pengawas junior IKNB.
10. Ibu Reza Mouliddina selaku *frontliner*.
11. Seluruh staff & karyawan di Otoritas Jasa Keuangan Kota Malang yang telah membantu penulis dalam mengerjakan Proyek.
12. Bapak, ibu, kakak, dan adik yang telah memberikan dukungan moral dan materil dalam penyusunan Laporan ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan ini, sehingga penulis menerima saran dan kritik positif dari pembaca. Agar hasil laporan yang di dapat bisa bermanfaat bagi pihak perusahaan maupun pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam proses menyelesaikan laporan ini.

Malang, 27 November 2023



Richard M.



Theofilus Mario



Vigo Hariyanto



Ellian Danica

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi digital didasarkan pada teknologi komputer, internet dan *smartphone*. Indonesia terkadang mampu mengikuti perkembangan, meski kendala geografis masih menjadi kendala. Di era *modern* ini, penerapan teknologi digital telah menjadi populer di berbagai bidang mulai dari pendidikan, perdagangan, kesehatan, pertanian, pemerintahan, perbankan, dan lain - lain. Perbincangan mengenai era Indonesia 4.0 saat ini sedang hangat-hangatnya. Wacana ini muncul sebagai respons terhadap semakin pentingnya perkembangan teknologi digital dalam skala global. Perkembangan teknologi digital sendiri mempengaruhi seluruh bidang kehidupan manusia. Dampaknya cukup ekstrim terhadap perilaku dan gaya hidup manusia. Bagaimana tidak, segala sesuatu yang awalnya sulit tiba-tiba menjadi mudah (Universitas Medan Area, 2022).

Universitas Indonesia menjadi pelopor penggunaan internet di Indonesia dengan berkembangnya UIInet atau *University of Indonesia Network* dan pada tahun 1984 resmi tersambung dengan UUnet, salah satu Internet Service Provider atau Penyedia Layanan Internet pertama dan terbesar di Indonesia. Koneksi internet pertama di Indonesia dilakukan oleh Joseph Luhukay pada tahun 1983, dan ia mengembangkan jaringan UIInet di kampus Universitas Indonesia. Indonesia menjadi negara pertama di Asia yang terhubung dengan jaringan internet global ketika UIInet yang dikembangkan Luhukay secara resmi terhubung dengan jaringan

Internet global yang saat itu masih bernama UUnet. Pada tahun 1992-1994, Paguyuban *Network* mulai mengembangkan internet di Indonesia. Pada masa itulah masyarakat umum mulai bisa bersentuhan dengan internet. Di tahun 1994, IndoNet juga mulai beroperasi sebagai ISP komersial pertama di Indonesia. Popularitas internet di Indonesia semakin mencuat sejak bisnis warnet mulai merebak pasca reformasi hingga awal 2000-an. Perkembangan teknologi internet semakin berkembang sejak internet mulai bisa diakses dengan perangkat *mobile*. Terutama sejak munculnya teknologi 3G. Pengguna internet Indonesia di awal 2000-an baru sekitar 2 juta. Mengalami peningkatan signifikan di tahun 2011 dengan jumlah pengguna hingga 43 juta. Pengguna internet di Indonesia tahun 2021 sudah jauh meningkat, mencapai 202,6 juta. Terjadi peningkatan sekitar 15,5 persen dari awal tahun 2020 (Universitas Medan Area, 2022).

Dikatakan bahwa terdapat banyak penerapan teknologi informasi & komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi informasi dan komunikasi semakin terikat erat dengan kehidupan manusia di era ini. Hal ini sudah terimplementasi hampir di setiap lini kehidupan (Anshori, 2018). Berikut ini adalah beberapa contoh implementasinya:

- *E-Commerce*. Secara definitif, *e-commerce* adalah sistem jual beli yang terjadi di internet, yang mana setiap transaksinya rata-rata terjadi secara *online*. Contoh *e-commerce* yaitu situs toko online atau *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dll.

- *E-Government*. Hal ini mengacu pada penerapan TIK dalam layanan pemerintahan. Contoh *e-government* misalnya *website* lowongan kerja milik Disnaker, sistem pajak *online*, layanan imigrasi *online*, dll.
- *E-Learning*. Secara umum berkaitan dengan sistem pembelajaran yang bisa diakses secara *online*. Implementasinya bisa di institusi pendidikan formal maupun non formal. Contoh *e-learning* misalnya: eLok milik UGM, Ruang Guru, website Perpustakaan, aplikasi LMS (*Learning Management System*) dll.
- *E-School Management System*. Jika *e-learning* cenderung merujuk pada sistem pembelajaran, hal ini berkaitan dengan sistem *management* di suatu institusi pendidikan. Jadi sistem ini akan mengintegrasikan sistem informasi akademik, program *e-learning*, *teacher management system*, dll.
- *E-Health*. Hal ini berkaitan dengan penerapan TIK untuk menunjang kemudahan layanan kesehatan. Contoh *e-health* yaitu aplikasi seperti Klikdokter untuk konsultasi kesehatan secara *online*, layanan apotek *online*, dan lain - lain.
- *E-Agriculture*. TIK juga bisa untuk menunjang kegiatan pertanian. Contoh *e-agriculture* yaitu aplikasi TaniHub, Petani, LimaKilo, dll.
- *E-Banking*. Ini merupakan penerapan TIK di sektor perbankan untuk menunjang layanan keuangan dari pihak bank ke nasabahnya. Contoh *e-banking* yaitu aplikasi BCA *mobile*, Livin by Mandiri, BRImo, dll (Noer, 2022).

Secara umum, pengaruh perkembangan teknologi terhadap kehidupan manusia seharusnya mengarah ke hal positif. Pasalnya, setiap perkembangan teknologi akan

sejalan dengan efisiensi dan efektifitas kerja. Beberapa dampak positif perkembangan teknologi digital yaitu: kemudahan dalam mengakses suatu informasi dan melakukan pertukaran informasi, menunjang kegiatan komunikasi dan semakin mengaburkan faktor jarak, membuka lapangan kerja baru, menciptakan banyak peluang ekonomi, mengefektifkan berbagai layanan, dan efisiensi waktu (Azzahra *et al.*, 2021).

Fintech berasal dari istilah *financial technology* atau teknologi finansial. Menurut *The National Digital Research Centre* (NDRC) merupakan suatu inovasi pada sektor finansial yang mendapat sentuhan teknologi *modern*. *Financial technology (fintech)* yang merupakan strategi dalam menjawab tantangan yang berkaitan dengan aspek pemerataan pembangunan dan pengembangan ekonomi, termasuk masalah keuangan inklusif (Aprilia, 2021). Selain itu, *fintech* juga telah mengubah cara tradisional dalam melakukan transaksi keuangan menjadi lebih efisien dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Contohnya adalah adopsi teknologi pembayaran digital yang memungkinkan orang untuk melakukan pembayaran atau transfer uang dengan cepat dan tanpa harus pergi ke bank fisik.

Terdapat berbagai model ancaman serangan siber pada layanan keuangan digital di Indonesia. Kejahatan siber yang terjadi pada layanan keuangan digital tidak hanya *phishing* saja melainkan masih banyak model serangan siber pada layanan keuangan digital. Beberapa model serangan siber ini harus diwaspadai bagi pengguna ataupun para pelaku industri keuangan *fintech* (Latifah *et al.*, 2022). Selain itu, serangan siber berbasis insiden seperti kebocoran data dan penipuan identitas juga merupakan ancaman yang perlu diwaspadai dalam ekosistem layanan

keuangan digital, yang dapat mengakibatkan kerugian finansial dan reputasi yang serius bagi korbannya.

Perkembangan teknologi terutama di bidang *financial technology* tentu melahirkan ancaman baru di bidang tersebut. Hal inilah yang kemudian menjadi salah satu tugas yang dimiliki oleh Otoritas Jasa Keuangan sebagai lembaga negara. Otoritas Jasa Keuangan adalah lembaga yang bertanggung jawab atas pengawasan dan regulasi sektor jasa keuangan di Indonesia. Lembaga ini didirikan untuk menggantikan peran sejumlah lembaga yang sebelumnya mengawasi sektor keuangan, seperti Bank Indonesia, Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam), dan Badan Pengawas Dana Pensiun (Bapepen). OJK memiliki tanggung jawab untuk memastikan stabilitas, transparansi, dan keamanan dalam industri keuangan, termasuk perbankan, pasar modal, asuransi, dan lembaga keuangan non-bank lainnya. Tujuan utama OJK adalah melindungi konsumen dan pemangku kepentingan dalam sektor jasa keuangan serta memastikan integritas dan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri tersebut (OJK, 2023).

Pada era saat ini terdapat kebutuhan yang kuat terhadap penggunaan media sosial dalam berkomunikasi. Fenomena ini dapat dilihat dari perubahan signifikan dalam cara kita berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Media sosial telah menjelma menjadi bagian *integral* dalam kehidupan sehari-hari, membawa dampak yang mendalam pada cara kita berhubungan, berbagi informasi, dan menyampaikan pesan. Salah satu alasan utama mengapa media sosial menjadi penting dalam komunikasi *modern* adalah kemampuannya untuk menghubungkan orang dari berbagai penjuru dunia. Dengan hanya beberapa ketukan pada layar

perangkat, kita dapat berkomunikasi secara instan dengan teman, keluarga, atau kolega yang berada di negara lain. Hal ini menciptakan keterhubungan global yang tak terbatas sebelumnya, menghapus hambatan geografis dan waktu (Sulyani, 2020).

Hadirnya media sosial memungkinkan terjadi komunikasi secara *real time*. Pesan, foto, video, atau pemikiran dapat dikirim dan diterima dalam hitungan detik, mengatasi keterlambatan dan kecepatan tradisional dalam berkomunikasi. Kemampuan ini menjadikan media sosial pilihan utama dalam situasi mendesak atau ketika kecepatan sangat diperlukan. Selain aspek komunikasi personal, media sosial juga membawa dampak besar dalam ranah bisnis dan pemasaran. Bisnis dapat memanfaatkan *platform* ini untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, membangun merek, dan memasarkan produk atau layanan mereka. Ini tidak hanya memperluas jangkauan bisnis, tetapi juga menciptakan peluang baru dalam bentuk keterlibatan konsumen yang lebih dalam. Tidak hanya itu, media sosial memungkinkan partisipasi lebih aktif dalam berbagai isu sosial, politik, dan budaya. Individu dapat menyuarakan pendapat mereka, berbagi pandangan, dan bergabung dalam gerakan atau kampanye yang mendukung tujuan bersama. Ini menguatkan konsep partisipasi masyarakat dalam proses komunikasi dan perubahan sosial. Meskipun media sosial memiliki manfaat yang signifikan, perlu diingat bahwa penggunaannya juga perlu diatur dengan bijak. Dampak negatif seperti kecanduan media sosial, kerentanan privasi, dan penyebaran informasi palsu juga perlu diperhatikan. Oleh karena itu, walaupun media sosial menjadi sarana komunikasi

yang kuat dan efisien, kesadaran akan tanggung jawab dalam penggunaannya tetaplah penting (Sulyani, 2020).

Dalam menjalankan wewenang pengaturannya, OJK membutuhkan sarana untuk berkomunikasi dengan mengenalkan produk dan jasa yang ditawarkan dalam sosial media. Menggunakan sosial media saat ini sangat penting karena banyaknya informasi yang tersebar dan didapatkan pembaca, bisa informasi *hoax* maupun terpercaya. OJK memilih sosial media Instagram untuk *platform* komunikasi dikarenakan jaman sekarang banyaknya pengguna Instagram daripada aplikasi lain. Instagram juga memiliki fitur yang lengkap dengan gambar dan *caption* untuk menjelaskan apa yang ingin disampaikan. Instagram juga memiliki fitur *ads* atau *sponsored by meta* yang akan memudahkan pengguna untuk menjangkau lebih banyak pengunjung akun.

Instagram adalah sebuah *platform* media sosial yang secara khusus berfokus pada *visual*, seperti gambar dan *video*. Diluncurkan pada tahun 2010, *Instagram* telah mengubah cara orang berbagi, mengeksplorasi, dan berinteraksi dengan konten di internet. Pengguna dapat mengunggah foto dan *video* ke profil pribadi mereka, yang dapat dilihat oleh pengikut mereka. Fitur-fitur seperti "*feed*" memungkinkan pengguna untuk melihat unggahan terbaru dari akun-akun yang mereka ikuti, sementara "*stories*" memberikan cara cepat untuk berbagi momen singkat dalam format sementara. Instagram juga memiliki fitur IGTV yang memungkinkan *video* berdurasi lebih panjang, serta bagian "*Explore*" untuk menemukan konten baru. Melalui penggunaan *hashtag*, pengguna dapat menemukan konten yang berkaitan dengan topik tertentu. Dengan jutaan pengguna

di seluruh dunia, Instagram telah menjadi lebih dari sekadar *platform* berbagi gambar; itu adalah wadah kreativitas, komunikasi, dan interaksi sosial yang menghubungkan orang dari berbagai latar belakang dan budaya (Permatasi, 2020).

Dasar dari pemilihan Otoritas Jasa Keuangan sebagai tempat untuk dilakukannya proyek ini adalah, dikarenakan banyaknya pengaduan serta permasalahan yang ditangani oleh OJK ini sendiri. Permasalahan yang seringkali terjadi adalah seperti adanya masyarakat yang menjadi korban dalam penyalahgunaan identitas pribadi atau KTP, adanya ancaman pada keamanan transaksi *digital*, pendanaan *fintech* dan lain – lain. Salah satu cara yang dilakukan oleh OJK dalam mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan melakukan edukasi kepada masyarakat. Memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi yang sudah semakin maju, OJK melakukan edukasi melalui konten pada Instagram mereka.

Penyalahgunaan data pribadi memiliki potensi bahaya yang sangat serius, karena dapat mengakibatkan pencurian identitas, penipuan keuangan, dan kerugian finansial yang signifikan bagi individu. Selain itu, *sniffing* atau penyadapan data dalam konteks serangan siber dapat memungkinkan penjahat siber untuk mengakses informasi sensitif seperti nomor kartu kredit dan kata sandi, yang dapat digunakan untuk kejahatan finansial. Selain dua bahaya ini, kejahatan *fintech* lainnya seperti *ransomware* dan *malware* perbankan juga dapat mengancam stabilitas keuangan dan privasi individu serta perusahaan, mengingat kemampuannya untuk memperoleh data penting dan menyebabkan kerugian yang signifikan. Oleh karena itu, perlindungan data pribadi dan keamanan di dalam

ekosistem *fintech* sangatlah penting untuk mencegah kerugian yang tidak diinginkan. Hal inilah yang kemudian menurut kami menjadi dasar dari urgensi ini untuk melakukan proyek kami di Otoritas Jasa Keuangan.



Gambar 1. Data Entitas Ilegal
Sumber : *Booklet Magang (2023)*

Dalam data tersebut, dapat diperhatikan mengenai data entitas yang telah ditangani oleh Satgas Waspada Investasi pada tahun 2017 sampai 2021 yang di mana OJK tergabung di dalamnya. Entitas yang ditangani sebagian besar berupa investasi *illegal*, *fintech P2P lending illegal* dan juga *gadai illegal*. Maka dari itu, proyek yang dilaksanakan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat umum dengan harapan dapat mengurangi jumlah masyarakat yang menjadi korban dari entitas *illegal* tersebut. Selain itu, data tersebut juga mencerminkan seberapa besar tantangan yang dihadapi oleh Satgas Waspada Investasi selama periode tersebut dalam menangani entitas ilegal di sektor investasi dan *fintech*. Selama tahun 2017 hingga 2021, Satgas Waspada Investasi dengan

OJK sebagai anggota di dalamnya telah bekerja keras untuk melindungi masyarakat dari potensi kerugian finansial akibat investasi ilegal dan praktik *fintech P2P lending* serta gadai yang tidak sah, dengan harapan bahwa melalui proyek ini, kesadaran masyarakat akan meningkat, dan jumlah korban dari entitas ilegal dapat berkurang.

1.2 Tinjauan Permasalahan

Tabel 1 Uraian Permasalahan

Permasalahan yang Timbul	Akar Permasalahan	Solusi
Maraknya kasus penyalahgunaan data pribadi sebagai jaminan pinjaman <i>online</i> .	Kurangnya edukasi, pengetahuan dan pemahaman masyarakat di kota Malang mengenai keamanan dan kerahasiaan data pribadi.	Memberikan edukasi mengenai layanan OJK melalui media sosial dan cetak dengan cara: 1. Membuat konten edukasi mengenai permasalahan keamanan data pribadi. Dalam bentuk <i>feeds</i> dan <i>video</i> Instagram.
Banyak masyarakat yang belum memahami apa itu Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK), cara permohonannya dan apa saja yang bisa digunakan dengan data tersebut.	Masyarakat kurang mengetahui mengenai fungsi, manfaat dan alur pengecekan data SLIK bagi para debitur.	2. Membuat <i>video</i> tutorial mengenai fungsi dan alur permohonan data SLIK serta konsultasi pada layanan tersebut.
Banyaknya terjadi kasus seperti <i>sniffing</i> dan kejahatan yang menyasar pada <i>internet banking</i> maupun <i>mobile banking</i> .	Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan perangkat <i>digital</i> mereka, terutama yang memiliki aplikasi atau akses <i>internet banking</i> maupun <i>mobile banking</i> .	3. Membuat buku saku berupa panduan menghindari kejahatan <i>Internet Banking / Mobile Banking</i> .

Sumber : Penulis (2023)

1.2.1 Permasalahan

Permasalahan yang terjadi pada lingkup kerja OJK Malang adalah:

1. Maraknya kasus penyalahgunaan data pribadi sebagai jaminan pinjaman *online* menjadi isu yang sangat relevan bagi masyarakat yang menggunakan atau berencana menggunakan layanan pinjaman *online*. Sosialisasi dapat membantu mereka memahami risiko dan cara melindungi data pribadi mereka.

2. Banyak masyarakat yang belum memahami fungsi layanan Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK), cara permohonan data SLIK dan apa saja yang bisa digunakan dengan data SLIK tersebut. Edukasi akan memberikan pemahaman yang lebih baik kepada konsumen dan lembaga keuangan tentang bagaimana SLIK dapat digunakan secara benar.
3. Banyaknya terjadi kasus seperti *sniffing* dan kejahatan yang menasar pada *internet banking* maupun *mobile banking*.

1.2.2 Akar Permasalahan

Beberapa permasalahan yang diidentifikasi penulis pada akun *instagram* OJK Malang terdapat beberapa hal yang menjadi akar masalah dari sosial media tersebut, dijabarkan sebagai berikut:

1. Kurangnya edukasi, pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai keamanan dan kerahasiaan data pribadi. Masyarakat yang aktif menggunakan layanan keuangan, seperti kredit, tabungan, atau investasi. Mereka perlu mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang risiko dan hak-hak mereka dalam menggunakan layanan ini.
2. Masyarakat kurang mengetahui mengenai fungsi, manfaat dan alur pengecekan data SLIK bagi para debitur terutama warga di wilayah kerja OJK Malang. Ini mencakup individu-individu yang menggunakan produk jasa keuangan seperti pinjaman *online*, bank, atau yang berhubungan dengan Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK).

3. Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan perangkat *digital* mereka, terutama yang memiliki aplikasi atau akses *internet banking* maupun *mobile banking*.

1.2.3 Solusi

Dari permasalahan yang diamati dan telah dibuktikan oleh penulis dari beberapa solusi yang akan dijelaskan di bawah ini, telah terjadi beberapa keberhasilan konten yang menarik dan akun *Instagram* yang memiliki kenaikan *engagement*. Maka dapat diuraikan solusi untuk menyelesaikan masalah yang terjadi dalam *instagram account* OJK Malang, yaitu:

1. Membuat konten edukasi mengenai permasalahan keamanan data pribadi. Dalam bentuk *feeds* dan *video* Instagram. Tingkat edukasi pada masyarakat yang masih rendah membuat sering kali masyarakat awam terjebak dengan permasalahan seperti ini, maka dari itu dengan membuat banyak konten edukasi diharapkan masyarakat umum yang sebelumnya masih kurang dengan pemahaman yang ada menjadi ter-edukasi dengan baik.
2. Membuat *video* tutorial mengenai langkah – langkah untuk permohonan data SLIK serta konsultasi pada layanan tersebut. Seringkali, masyarakat yang membutuhkan data SLIK kurang memahami, seperti apa data SLIK tersebut, bagaimana proses pengajuannya dan bagaimana cara membacanya. Maka dari itu, dengan *video tutorial* ini diharapkan masyarakat di kota Malang akan semakin paham dan mengerti dengan data SLIK mereka masing – masing.

3. Membuat buku saku berupa panduan menghindari kejahatan *Internet Banking / Mobile Banking*. Dengan harapan bahwa informasi yang terkandung di dalam buku saku ini dapat membuat masyarakat menjadi semakin sadar dan teredukasi mengenai pentingnya menjaga keamanan perangkat *digital* mereka agar terhindar dari kasus *sniffing*.

1.3 Tujuan Pembahasan Masalah

Tujuan dibahasnya permasalahan ini adalah untuk memberikan perbaikan dan menyelesaikan masalah yang ada dalam pelaksanaan proyek kelompok di OJK untuk mengembangkan pasar yang telah dicapai selama bertahun-tahun dibangun.

Tujuan lain yaitu :

1. Memberi penjelasan serta pengetahuan pada pembaca dalam pengaruh media sosial terutama Instagram dalam pemasaran produk dan jasa yang ada di OJK Malang. Dikarenakan kemajuan jaman yang mengharuskan semua orang untuk beradaptasi pada teknologi salah satunya untuk kepentingan finansial, mencari informasi selain di internet akan lebih terpercaya lagi dan mudah melalui Instagram, karena banyaknya informasi valid seperti *direct message*, alamat, deskripsi dan konten berisi produk yang ditawarkan disajikan pada laman *Instagram* tersebut membuat pengunjung *platform* tersebut akan melakukan berbagai macam pengalaman seperti *insight & engagement* pada Instagram untuk meningkatkan aktivitas pada akun tersebut agar bisa dikenal khalayak yang lebih luas lagi.
2. Menaikkan *engagement instagram* agar *account Instagram* OJK Malang bisa menjangkau lebih banyak *account* dan meningkatkan *product*

knowledge serta informasi-informasi penting yang akan dibagikan melalui *Instagram*.

1.4 Lingkup Kegiatan di Perusahaan

Proyek ini dilakukan di Kantor Otoritas jasa Keuangan Malang yang berlokasi di Jl. Letjen Sutoyo No.109-111, Lowokwaru, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141. Fokus proyek ini adalah membuat Perencanaan Proyek, Identifikasi Kekurangan Perusahaan, Implementasi Proyek, Evaluasi, dan Pembuatan Laporan. Kami membuat beberapa konten berupa *feeds* dan video pada akun *instagram* OJK Malang. Proyek ini telah dilaksanakan mulai bulan Juli dan direncanakan untuk berakhir pada bulan September. 2023.

1.5 Key Performance Indicators Project

Tabel 2 Key Performance Indicators Proyek Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK Melalui Media Sosial dan Cetak

Proyek	Key Performance Indicator	Parameter
1. Menciptakan dan menyusun konten edukasi mengenai permasalahan keamanan data pribadi. Dalam bentuk <i>feeds</i> Instagram. Serta meningkatkan <i>reach</i> Instagram OJK Malang.	1. Melihat <i>engagement like</i> , komentar dalam unggahan.	1. Meningkatkan <i>engagement like</i> dan komentar postingan sebesar 100%
2. Menciptakan dan Menyusun <i>video tutorial</i> mengenai fungsi dan alur permohonan data SLIK serta konsultasi pada layanan tersebut.	2. Jumlah <i>viewers</i> , dan <i>like</i> pada postingan <i>video tutorial</i> yang telah di upload ke instagram OJK Malang.	2. Meningkatkan Jumlah <i>view</i> mencapai 1000 orang dan <i>like</i> minimal 100 orang.

Proyek	<i>Key Performance Indicator</i>	Parameter
3. Membuat buku saku pedoman mengenai kewaspadaan akan kejahatan <i>internet banking</i> maupun <i>mobile banking</i> .	3. Mencetak 1 buah buku saku mengenai kewaspadaan akan kejahatan <i>internet banking / mobile banking</i> .	3. Menyerahkan kepada pihak OJK, 1 buah buku saku yang berisikan panduan menghindari kejahatan <i>internet banking</i> atau <i>mobile banking</i> yang siap untuk disosialisasikan kepada nasabah.

Sumber : Data Diolah (2023)

Mengenai proses penetapan target tujuan proyek pada akun @ojk_malang bertujuan untuk memberi informasi edukasi melalui media sosial Instagram, yang dibuat konten Instagram Kantor OJK Malang sebagai media informasi juga melihat dari hasil *engagement*, beberapa konten dan *followers* agar disetiap konten yang dibuat selalu berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan konsumen Kantor OJK Malang baik melalui komentar postingan, *replied story* dan *direct message*.

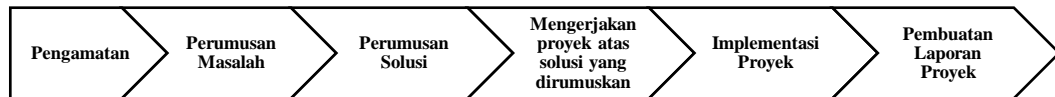
Semua pembuatan konten penulis berisi edukasi dan informasi. Oleh karena itu setiap jenis konten yang dibuat akan memberikan dampak yang baik kepada konsumen agar tidak bingung dalam suatu permasalahan, juga membantu jalan keluar yang baik dan membantu memastikan bahwa berita atau informasi yang disampaikan adalah akurat, relevan, dan disampaikan secara konsisten.

Dalam setiap pembuatan konten penulis selalu berkonsultasi kepada pegawai atau staf Kantor OJK Malang hal ini dilakukan agar tidak ada kesalahan dalam menyediakan data dan informasi kepada konsumen dan evaluasi ini bisa membantu meningkatkan tingkat kepercayaan dan kepuasan konsumen agar dapat membantu

memastikan bahwa digunakan secara efektif untuk meningkatkan kesejahteraan konsumen.

1.6 Alur Perencanaan Tahapan Proyek

Berikut merupakan alur tahapan proyek kami :



Gambar 2. Alur Perencanaan Tahapan Proyek

Sumber : Data Diolah (2023)

1. Pengamatan

Tahapan awal sebelum melakukan proyek ini adalah proses pengamatan. Penulis melakukan pengamatan ini dengan berkoordinasi bersama bagian Humas OJK Malang. Penulis bersama Humas OJK Malang membahas tentang kebijakan-kebijakan pembuatan konten dan bagaimana pembuatan konten yang sesuai dengan aturan-aturan dari Kantor OJK Pusat. Setelah penulis mengetahui alur dan proses pembuatan konten pada Instagram OJK Malang, penulis bersama tim mulai melakukan identifikasi pengamatan dari perusahaan agar tepat sasaran dalam memberikan edukasi kepada masyarakat dan agar bisa mengembangkan konten yang lebih tepat. Pengamatan pembuatan konten edukasi yakni langkah yang penting untuk memastikan bahwa materi edukasi atau konten yang dihasilkan sesuai dengan standar OJK dan efektif dalam mencapai tujuan edukasi yang ditetapkan. Tentunya selama pengamatan penulis dan tim tetap mendapatkan arahan dari bagian Humas OJK Malang.

2. Perumusan Masalah

Dalam melakukan perumusan masalah penulis dan tim akan melakukan riset apa yang terjadi dari permasalahan yang ada seperti kurangnya edukasi, pengetahuan dan kurangnya pemahaman masyarakat mengenai pengecekan SLIK, maka dari itu penulis dan tim ketika sudah mengetahui permasalahan yang akan dibahas akan menjadikan sebagai konten edukasi dan tentunya penulis akan meminta arahan kepada bagian Humas OJK Malang untuk mendapat persetujuan pembuatan konten.

3. Perumusan Solusi

Solusi yang diusulkan oleh penulis setelah melakukan PKL di OJK Malang adalah memberikan edukasi mengenai layanan OJK melalui media sosial dan cetak. Untuk mengatasi permasalahan keamanan data pribadi, penulis mengusulkan pembuatan konten edukasi dalam bentuk *feeds* dan video Instagram, yang akan memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga keamanan data pribadi mereka.

Selain itu, Penulis juga membuat *video tutorial* mengenai fungsi dan alur permohonan data SLIK serta konsultasi pada layanan tersebut agar dapat membantu masyarakat untuk memahami proses-proses terkait dengan data keuangan mereka. Terakhir, penulis menciptakan buku saku berupa panduan menghindari kejahatan *Internet Banking / Mobile Banking*, ini dapat memberikan panduan praktis kepada masyarakat untuk menjaga keamanan saat bertransaksi *online*, yang akan

meningkatkan kesadaran mereka akan potensi risiko keamanan dan tindakan pencegahan yang dapat diambil.

4. Proyek atas solusi yang dirumuskan

Kami merencanakan 3 proyek, Proyek pertama yang kami usulkan adalah membuat 4 konten edukasi permasalahan keamanan dan data pribadi untuk *feeds* Instagram OJK Malang. Proyek kedua kami akan membuat 1 *video reels* untuk Instagram OJK Malang yang menjelaskan mengenai fungsi dan alur permohonan data SLIK serta konsultasi pada layanan tersebut. Proyek ketiga, kami akan mencetak buku saku yang berisi panduan untuk menghindari kejahatan *internet banking / mobile banking*.

5. Implementasi Proyek

Untuk mengimplementasikan proyek ini, langkah pertama adalah merancang konsep proyek secara komprehensif, yang mencakup perencanaan strategis, sasaran yang ingin dicapai, dan kerangka waktu. Selanjutnya, penulis akan melakukan observasi dan pengumpulan data terkait konten edukasi dan perlindungan konsumen yang telah ada di OJK Malang serta menganalisis kebutuhan dan preferensi audiens target. Setelah konten diproduksi dan diterbitkan, langkah berikutnya adalah melakukan evaluasi *engagement* melalui media sosial dan media lainnya untuk mengukur efektivitas dan respon dari masyarakat.

Terakhir, penulis dapat menyusun buku saku pedoman mengenai kewaspadaan terhadap kejahatan dalam *internet banking* dan *mobile banking* sebagai sumber referensi yang praktis. Keseluruhan proyek ini akan memberikan kontribusi positif

dalam meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran konsumen terkait perlindungan data dan keamanan transaksi keuangan di OJK Malang.

6. Pembuatan Laporan Proyek

Alur perencanaan tahapan proyek yang dimulai dari pengamatan, perumusan masalah, perumusan solusi sampai implementasi proyek, maka tahap *final* yaitu pembuatan laporan proyek tersebut. Setelah seluruh tahapan proyek terlaksana, penulis dan tim melakukan tahapan yakni menyusun laporan hasil pengerjaan proyek. Karena pengerjaan proyek berlangsung pada bulan Juli sampai September 2023 maka penulis melampirkan *timeline* proses waktu pengerjaan proyek yang sudah dimulai semenjak Juli 2023. Pembuatan laporan ini mulai digarap penulis dan tim pada bulan September 2023 untuk melengkapi alur perencanaan tahapan proyek dan memberikan penjelasan serta detail pengerjaan proyek dalam bentuk laporan. Berisi lima bab yang menjelaskan dari teori, proses proyek dan detail mengenai perusahaan OJK maupun cara edukasi untuk meningkatkan perlindungan konsumen melalui media sosial dan cetak. Diharapkan pembaca dapat memahami apa yang penulis dan tim gambarkan melalui laporan ini.

Setelah menemukan permasalahan, tim menyiapkan jadwal target pelaksanaan proyek untuk menjadi panduan waktu dalam menyiapkan proyek.

Tabel 3 Target Pelaksanaan Proyek

No	Nama Kegiatan	Target Pelaksanaan
1	Merancang konsep proyek	Tanggal 4 – 6 Juli 2023
2	Melakukan observasi serta pengumpulan data terhadap konten edukasi dan perlindungan konsumen OJK	Tanggal 7 – 14 Juli 2023
3	Merancang konten edukasi mengenai perlindungan konsumen di OJK Malang.	Tanggal 14 - 28 Juli 2023
4	Melakukan evaluasi <i>engagement</i> terkait konten yang sudah tayang	Tanggal 1 Agustus – 30 September 2023
5.	Menyusun Laporan Proyek sebagai Tugas Akhir	Tanggal 1 September – 26 November 2023
6.	Menyusun buku saku pedoman mengenai kewaspadaan kejahatan pada <i>internet banking</i> maupun <i>mobile banking</i> .	Tanggal 24 September - 29 November 2023

Sumber : Data Diolah (2023)

1.7 Perincian Key Performance Indicator

1.7.1 KPI Pertama : Pembuatan, *Upload*, dan *like feeds* konten edukasi di Instagram OJK Malang.

Tabel 4 Key Performance Indicator Pembuatan, Upload, dan like feeds konten edukasi di Instagram OJK Malang.

Key Performance Indicator	Parameter	Waktu
Pembuatan <i>feeds</i> konten edukasi, upload konten <i>feeds</i> di Instagram OJK Malang, Melihat <i>engagement like</i> dan <i>comment</i> .	Meningkatnya jumlah <i>engagement like</i> dan komentar postingan sebesar 100%	7 hari

Sumber : Data Diolah (2023)

Setelah melalui proses yang panjang hingga mendapatkan persetujuan oleh pihak OJK pusat, konten edukasi yang telah kami buat kemudian secara resmi telah diunggah pada Instagram OJK Malang. Barulah kemudian setelah konten tersebut tayang, penulis melakukan evaluasi 7 hari setelahnya mengenai total *engagement* seperti jumlah *like*, *comment* pada unggahan kami jika dibandingkan dengan unggahan lainnya.

1.7.2 KPI Kedua : Jumlah *viewers*, dan *like* pada unggahan *video tutorial* yang telah di *upload* ke Instagram OJK Malang.

Tabel 5 Key Performance Indicator jumlah viewers, dan like pada postingan video tutorial yang telah di upload ke Instagram OJK Malang.

Key Performance Indicator	Parameter	Waktu
---------------------------	-----------	-------

Jumlah <i>viewers</i> , dan <i>like</i> pada postingan <i>video tutorial</i> yang telah di <i>upload</i> ke instagram OJK Malang.	Jumlah <i>view</i> mencapai 1000 kali penayangan dan <i>like</i> minimal 100 orang.	7 hari
---	---	--------

Sumber : Data Diolah (2023)

Video reels kami mengenai *tutorial* bagaimana jika masyarakat ingin mengajukan permohonan data Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) juga merupakan salah satu proyek penulis. Dengan diunggahnya *video reels* ini pada akun Instagram OJK Malang dengan harapan untuk mengedukasi masyarakat yang kebingungan mengenai permohonan data Sistem Layanan Informasi Keuangan bagi mereka.

1.7.3 KPI Ketiga : Membuat, mencetak, dan membagikan buku saku panduan menghindari kejahatan *internet banking / mobile banking*.

Tabel 6 Key Performance Indicator Membuat, mencetak, dan membagi buku saku panduan menghindari kejahatan *internet banking / mobile banking*.

<i>Key Performance Indicator</i>	<i>Parameter</i>	<i>Waktu</i>
Membuat, mencetak, dan membagi buku saku pedoman mengenai kewaspadaan akan kejahatan internet banking maupun mobile banking	Terselesaikannya 1 buah buku saku mengenai kewaspadaan akan kejahatan internet banking / mobile banking.	7 hari

Sumber : Data Diolah (2023)

Dengan menjalankan salah satu tugas OJK dalam menangani kejahatan di bidang *fintech*, kami menyusun buku saku mengenai bagaimana kita mengenali dan menghindari akan ancaman kejahatan *internet banking* maupun *mobile banking* yang semakin marak.

