

**IMPLEMENTASI PERENCANAAN KOMUNIKASI PADA GERAKAN
SOSIAL**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada “Saya, Perempuan Anti Korupsi”)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

MILA OKVIANNISA

NIM. 12730066

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mila Okviannisa
NIM : 12730066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 13 Mei 2019

Yang menyatakan,



Mila Okviannisa
NIM. 12730066



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
UIN.02/KP 073/ PP. 09/26/2014

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Mila Okviannisa
NIM : 12730066
Prodi : ILMU KOMUNIKASI
Judul :

**IMPLEMENTASI PERENCANAAN KOMUNIKASI PADA
GERAKAN SOSIAL
(Studi Deskriptif Kualitatif pada “Saya, Perempuan Anti Korupsi”)**

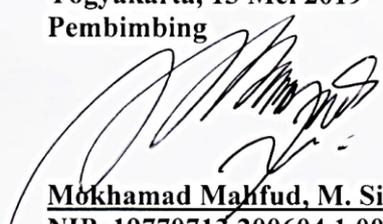
Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 13 Mei 2019
Pembimbing


Mokhammad Mahfud, M. Si
NIP. 19770713 200604 1 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-236/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2019

Tugas Akhir dengan judul : **IMPLEMENTASI PERENCANAAN KOMUNIKASI PADA GERAKAN SOSIAL** (Studi Deskriptif Kualitatif pada [Saya, Perempuan Anti Korupsi])

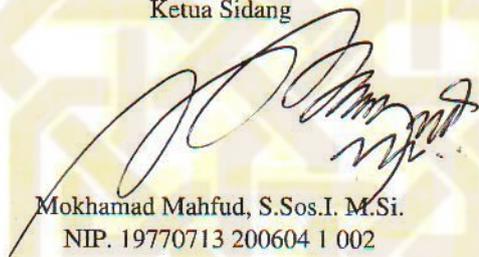
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MILA OKVIANNISA
Nomor Induk Mahasiswa : 12730066
Telah diujikan pada : Rabu, 22 Mei 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang


Mokhammad Mahfud, S.Sos.I. M.Si.
NIP. 19770713 200604 1 002

Penguji I


Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.
NIP. 19840516 201503 2 001

Penguji II

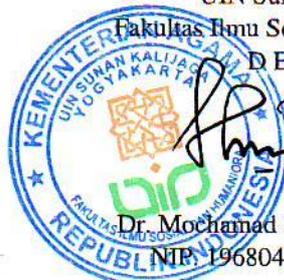

Drs. Siantari Rihartono, M.Si.
NIP. 19600323 199103 1 002

Yogyakarta, 22 Mei 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN




Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

“THE NOBLEST ART IS THAT OF MAKING OTHERS HAPPY”

Seni yang Paling Mulia adalah Membuat Orang Lain Bahagia

- Phineas Taylor Barnum -

“PERCAYA BAHWA KAMU BISA MAKA KAMU AKAN BISA
MELAKUKANNYA”

- Mulan Princess Story -

“Dan Barang Siapa yang Bertakwa kepada Allah, Niscaya Allah Menjadikan
Baginya Kemudahan dalam Urusannya”

- Q.S At-Talaq : 4 -



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamater tercinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Alhamdulillah, Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Perencanaan Komunikasi Pemasaran Sosial dalam Pencegahan Korupsi di Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif pada Gerakan Sosial “Saya, Perempuan Anti Korupsi” (SPAK))**. Tak lupa shalawat serta salam tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia akhirat serta kita nanti-nanti syafaatnya di Yaumul Akhir.

Peneliti menyadari bahwa pembuatan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Ibu Rika Lusri Virga, S.IP., M.A. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah mengarahkan peneliti mulai dari awal perkuliahan hingga tahap akhir.
4. Bapak M. Mahfud, S.Sos.I, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing peneliti selama mengerjakan skripsi hingga selesai.
5. Dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi dan Staf Tata Usaha FISHUM yang telah membantu peneliti selama proses skripsi ini;

6. Kedua orang tua peneliti, Bapak Much Aziz YS dan Ibu Ummi Izati yang telah memberikan dukungan materi, motivasi, doa, dan kasih sayang yang tak terhingga untuk keberhasilan dunia akhirat.
7. Keluarga peneliti, Mas Aunur, Mbak Asni, Mas Imam, Mbak Ani, Mas Wisnu, Mbak Putri, Mas Tezar, Mbak Tia, Aga, Rifda, Arya, Akif, Naura, Nadia, Naufal, dan Hasan.
8. SPAK Indonesia; Mbak Judhi, Mbak Yeye, Mbak Maria, Mbak Ajeng, Mbak Harum, Ibu Kurniati dan seluruh agen SPAK di Indonesia.
9. Sahabat kuliah yang tidak pernah lepas memberikan dukungan; Ratna, Anis, Ika, Ria, Cicu, Wulan, Iah, Galuh, Hamdi, Andi, Faruq, Tio, Olin, Akrom dan teman-teman kelas Ilmu Komunikasi B Fishum UIN Yogyakarta.
10. Penyemangat skripsi Roomy-day, Mas Wili, April, Dhama, Aloysius, Bintang, Konde, Citra, dan teman-teman Wonosobo Squad.
11. Teman-teman SAKA Kreasindo dan Teman ngopi; Mas Erik, Siska, Aca, Amel, Mbak Dita, Mas Pepy, Mas Dana, Mr Wolf, Mas Dwi, Somat Series, Indra, Mas Gaplek, Mbak Odoy dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan semua pihak di atas. Selanjutnya segala kritik dan saran untuk perbaikan dan pengembangan keilmuan sangat diharapkan oleh peneliti.

Yogyakarta, 13 Mei 2019

Peneliti,

Mila Okviannisa
NIM. 12730066

ABSTRACT

Enforcement of corruption is a limited effort that can only be done by law enforcers. While eradicating corruption through prevention is an effort that can be carried out by the entire community. Unfortunately many people do not understand their participation in eradicating corruption. The social movement “*Saya, Perempuan Anti Korupsi*” (SPAK) was formed to encourage community participation in the prevention of corruption in Indonesia. The purpose of the study is to find out about how communication planning is carried out by the SPAK social movement in spreading prevention of corruption in Indonesia.

This research method uses descriptive qualitative methods of data collection in-depth interviews, documentation, and observation. The data analysis method uses John Middleton’s model communication planning concept. As well as using data source triangulation techniques as a method of data validity.

The results of the study show that proper communication planning can provide success for the SPAK social movement in preventing corruption in Indonesia. The existence of basic data, clear communication goals, good strategies with the selection of audiences, media, messages, and communicators, will provide convenience in the existing implementation.

Keywords: communication planning, social movements, prevention of corruption

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Telaah Pustaka	7
F. Landasan Teori.....	10
G. Kerangka Pemikiran	23
H. Metode Penelitian.....	25
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Latar Belakang Gerakan Sosial SPAK.....	32
B. Visi Misi Gerakan Sosial SPAK.....	34
C. Logo Gerakan Sosial SPAK	34
D. Desain Gerakan Sosial SPAK	36
E. Agen Gerakan Sosial SPAK	37
F. Penghargaan Gerakan Sosial SPAK	37

BAB III PEMBAHASAN

A. Pengumpulan Data <i>Baseline</i> dan <i>Need Assesment</i> pada Gerakan Sosial	40
B. Perumusan Tujuan Komunikasi pada Gerakan Sosial.....	49
C. Analisis Perencanaan dan Pengembangan Strategi pada Gerakan Sosial	53
D. Analisis dan Segmentasi Khalayak pada Gerakan Sosial.....	56
E. Pemilihan Media pada Gerakan Sosial	66
F. Desain dan Pengembangan Pesan pada Gerakan Sosial	79
G. Perencanaan Manajemen pada Gerakan Sosial	92
H. Pelaksanaan Pelatihan pada Gerakan Sosial	97
I. Implementasi dan Pelaksanaan pada Gerakan Sosial	101
J. Evaluasi Program pada Gerakan Sosial	109

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	121
B. Saran	122

DAFTAR PUSTAKA

LAMIPRAN.....

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Model Komunikasi Lasswell	11
Bagan 2. Kerangka Pemikiran.....	24



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pertumbuhan Agen SPAK 2014 - 2018	112
--	-----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Gerakan Sosial SPAK.....	35
Gambar 2. Desain Gerakan Sosial SPAK	36
Gambar 3. Sosialisasi SPAK dengan target audiens anak-anak	58
Gambar 4. Sosialisasi SPAK dengan target audiens dewasa	59
Gambar 5. Sosialisasi SPAK dengan target audiens laki-laki.....	60
Gambar 6. Sosialisasi SPAK dengan target audiens perempuan	60
Gambar 7. Pelatihan SPAK Polwan POLDA DIY	61
Gambar 8. Sosialisasi SPAK dengan target audiens murid SD	62
Gambar 9. Berita SPAK di Koran Fajar Metropolis Sulawesi Selatan.....	67
Gambar 10. SPAK di Program Acara OPINI Kompas TV	68
Gambar 11. Baliho SPAK di Kota Probolinggo	69
Gambar 12. <i>Blocknote</i> SPAK.....	70
Gambar 13. Sosialisasi SPAK ke Tetangga	71
Gambar 14. Seminar SPAK di Yogyakarta	72
Gambar 15. <i>Fanpage Facebook</i> SPAK.....	73
Gambar 16. <i>Instagram</i> SPAK	74
Gambar 17. <i>Whatsapp Group</i> SPAK	75
Gambar 18. <i>Youtube</i> SPAK.....	75
Gambar 19. <i>Website</i> SPAK.....	76
Gambar 20. <i>Games</i> ARISAN ANTI KORUPSI	84
Gambar 21. Sosialisasi <i>Games</i> MAJO ke Mahasiswa	85
Gambar 22. Beberan <i>Games</i> SEMAI.....	86
Gambar 23. Beberan <i>Games</i> PUT-PUT LK.....	87
Gambar 24. Sosialisasi <i>Games</i> MAJO Junior ke anak SMP.....	88
Gambar 25. Beberan <i>Games</i> TRATA	89

Gambar 26. Bapak Gandjar Laksmana pada saat memberikan materi TOT	98
Gambar 27. <i>Post</i> TOT SPAK Polwan Jogja	100
Gambar 28. Sosialisasi SPAK di ibu-ibu PKK desa Marendali Deli Serdang.....	102
Gambar 29. Perayaan Ulang Tahun SPAK yang ke-4 di Yogyakarta	103
Gambar 30. Silaturahmi dengan Kapolda DIY	104
Gambar 31. <i>Executive Summary Final</i> SPAK 2016	111



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Korupsi merupakan kejahatan yang sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Indonesia. Tindak pidana korupsi digolongkan sebagai kejahatan luar biasa (*extra ordinary crimes*). Hal tersebut dikarenakan perbuatan korupsi telah melanggar hak-hak sosial dan ekonomi masyarakat. Kerugian negara yang ditimbulkan dari korupsi juga jauh lebih besar dari jumlah uang yang dikorupsi. Korupsi juga menimbulkan kerusakan (*damage*) yang besar bagi kehidupan bermasyarakat dan bernegara (Zulaikha & Angraeni, 2016:3).

Tahun 2018, *Transparency International Indonesia* (TII) mengumumkan skor *Corruption Perception Index* (CPI) Indonesia tahun 2017 ini adalah 37 dan berada diperingkat 96 dari 180 negara yang disurvei. Hal ini berarti skor CPI Indonesia berada pada poin yang sama dengan tahun lalu, tahun 2016. Skor CPI berada pada rentang 0-100, 0 berarti negara dipersepsikan sangat korup, sementara skor 100 berarti dipersepsikan bersih dari korupsi. (riset.ti.or.id/corruption-perceptions-index-2017 diakses tanggal 25 April 2018 pukul 13:55).

Menurut Ketua Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) Agus Rahardjo, Indonesia boleh berbangga karena tingkat korupsi di Indonesia yang sangat akut akibat peninggalan orde baru tahun 1999 perlahan mulai membaik. Jika delapan belas tahun lalu, Indonesia masih menduduki

peringkat 17 dan sekarang sudah mencapai peringkat 37. Adanya peningkatan ini menunjukkan pemberantasan korupsi di Indonesia sudah berjalan, walaupun belum bisa dikatakan maksimal. (<https://www.rappler.com/indonesia/the-wrap/191115-indonesia-wrap-berita-hari-ini-selasa-12-desember-2017> diakses pada tanggal 12 januari 2018 pukul 15:10).

Peningkatan yang dicapai oleh Indonesia tidak terlepas dari adanya peran KPK di Indonesia. KPK dibentuk berdasarkan Undang–Undang Nomor 30 Tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi. KPK diberi amanat melakukan pemberantasan korupsi secara professional, intensif, dan berkesinambungan. Dimana pemberantasan korupsi tidak hanya terkait dengan upaya penyelidikan, penyidikan, penuntutan dan pemeriksaan, akan tetapi juga serangkaian tindakan untuk mencegah dengan melibatkan peran serta masyarakat dan koordinasi dengan instansi yang juga memiliki kewenangan menangani tindak pidana korupsi (KPK, 2017:viii).

Korupsi dipandang sebagai kejahatan luar biasa (*extra ordinary crime*) maka pemberantasannya juga harus menggunakan cara yang luar biasa. Pemberantasan melalui penindakan merupakan upaya yang terbatas, karena hanya bisa dilakukan oleh para penegak hukum saja. Sementara pemberantasan korupsi melalui pencegahan bisa dilakukan oleh semua elemen kekuatan bangsa, tentunya seluruh masyarakat Indonesia.

Menurut Jeremy Pope, agar pemberantasan korupsi berhasil penting sekali melibatkan masyarakat sipil. Upaya apapun yang dilakukan untuk

mengembangkan strategi anti korupsi tanpa melibatkan masyarakat sipil akan sia-sia karena umumnya negara yang peran masyarakat sipilnya rendah, tingkat korupsinya tinggi (Bonaparta, 2011:118).

Korupsi dalam berbagai tingkatan sudah terjadi pada hampir seluruh sendi kehidupan dan dilakukan oleh hampir semua golongan masyarakat. Korupsi seakan menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari yang sudah dianggap biasa dan bahkan korupsi bukan dianggap sebagai kejahatan besar yang tabu untuk dilakukan. Apabila kondisi ini dibiarkan terus-menerus cepat atau lambat korupsi akan menghancurkan negeri ini. Sudah semestinya kita menempatkan korupsi sebagai musuh bersama yang harus kita perangi bersama-sama. Pemberantasan korupsi menjadi tanggung jawab bersama seluruh komponen bangsa, baik pemangku kepentingan, pemerintah, swasta maupun masyarakat.

Sayangnya masih banyak masyarakat yang belum paham terkait tindakan korupsi dan apa yang harus mereka lakukan untuk mencegahnya. Pengetahuan masyarakat tentang korupsi dan anti korupsi juga hanya sebatas pada informasi di beberapa media atau televisi terkait dengan korupsi yang ada di pemerintahan. Berangkat dari hal tersebut, salah satu upaya yang harus dilakukan adalah dengan membentuk suatu gerakan anti korupsi di masyarakat. Gerakan anti korupsi tersebut yang nantinya akan memberikan informasi kepada masyarakat tentang bahaya dari korupsi yang ada, dan pentingnya peran serta masyarakat dalam terlibat dalam pencegahan korupsi yang ada di Indonesia.

Tujuannya adalah untuk menumbuhkan budaya anti korupsi di masyarakat, sehingga nantinya diharapkan dapat mencegah munculnya perilaku koruptif. Gerakan anti korupsi juga dibentuk sebagai gerakan yang memperbaiki perilaku individu dan sistem untuk mencegah terjadinya perilaku koruptif. Upaya perbaikan sistem dan perbaikan perilaku manusia dapat menghilangkan, atau setidaknya memperkecil peluang bagi berkembangnya korupsi di negeri ini.

Pencegahan korupsi itu sendiri juga diajarkan dalam ajaran Islam, dimana sejatinya sesama manusia tidak boleh saling merugikan dan mengambil hak orang lain. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-A'raf ayat 85 :

وَالِىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلٰهِ غَيْرُهُ قَدْ جَاءَتْكُمْ بَيِّنَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ فَأَوْفُوا
الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن
كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (الأعراف: ٨٥)

Yang artinya : “Dan (Kami Telah mengutus) kepada penduduk Madyan saudara mereka, Syu'aib. Ia berkata : “Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman.” (QS Al-A'raf : 85).

Pada tahun 2014 KPK yang didukung oleh *Australia Indonesia Partnership for Justice* (AIPJ) melahirkan gerakan sosial “Saya, Perempuan Anti Korupsi” (SPAK) untuk mendorong peran serta masyarakat dalam

pemberantasan korupsi, terutama untuk menyebarkan nilai-nilai anti korupsi kepada keluarga dan masyarakat sekitarnya (KPK, 2017:22).

SPAK merupakan salah satu program pencegahan korupsi yang berbentuk gerakan sosial dimana melibatkan peran aktif perempuan baik sebagai istri, sebagai ibu, maupun sebagai professional (Buku Saya, Perempuan Anti Korupsi, 2014:v). Diluncurkan pada tanggal 22 April 2014, SPAK menjadi gerakan sosial yang berada dibawah lembaga KPK.

SPAK bergerak dalam memberikan sosialisasi kepada masyarakat, agar masyarakat memiliki pengetahuan tentang korupsi dan anti korupsi sehingga mereka terdorong untuk tidak melakukan korupsi yang mungkin terjadi di sekitar lingkungannya dan dapat memberikan kontribusi pada pemberantasan korupsi yang dilakukan oleh KPK melalui pencegahan.

Gerakan sosial ini ternyata banyak berkontribusi terhadap pencegahan korupsi di kalangan masyarakat Indonesia, bahkan telah memiliki 1.300 agen perubahan dengan berbagai latar belakang di 34 provinsi se-Indonesia. Beberapa agen gerakan sosial SPAK telah berhasil mendapatkan dukungan dari pimpinan lembaganya untuk menerapkan perubahan yang membuat pelayanan publik menjadi lebih berkualitas (KPK, 2017:22).

Selama empat tahun perjalanan gerakan ini, SPAK telah dinobatkan sebagai pemenang terbaik pada Kompetisi *Public Relation (PR) Inspirational Program* untuk kategori Lembaga Pemerintah Pusat atau Daerah yang diselenggarakan Serikat Perusahaan Pers (SPS) pada ajang *Indonesia Public*

Relation Award & Summit (IPRAS) 2015. Selain itu SPAK juga meraih Penghargaan *Internasional ACE Award* di Geneva tahun 2017 lalu.

Penghargaan dan apa yang didapatkan oleh gerakan sosial SPAK sejauh ini sebagai salah satu program sosial dalam pencegahan korupsi tentunya tidak terlepas dari adanya perencanaan komunikasi yang tepat. Perencanaan komunikasi menjadi suatu hal yang penting agar program pencegahan yang dilakukan dapat tepat sasaran dan memberikan timbal balik dan manfaat yang besar bagi pencegahan korupsi yang ada di Indonesia. Program pencegahan tentunya dirancang sedemikian rupa, sehingga bisa diterima oleh seluruh kalangan masyarakat di Indonesia. Berdasarkan pada hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana implementasi dari perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh gerakan sosial SPAK dalam pencegahan korupsi di tengah banyaknya kasus korupsi yang ada di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana implementasi perencanaan komunikasi yang dilakukan pada gerakan sosial “Saya, Perempuan Anti Korupsi” (SPAK)?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui

implementasi perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh gerakan sosial “Saya, Perempuan Anti Korupsi” (SPAK) dalam pencegahan korupsi di Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian ilmu komunikasi, khususnya mengenai perencanaan komunikasi pada gerakan sosial.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi riset dengan kajian perencanaan komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan gerakan sosial.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi bagi para pelaku atau aktivis anti korupsi di gerakan sosial SPAK itu sendiri.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi lembaga atau organisasi lain dalam merancang sebuah program sosial.

E. Telaah Pustaka

Untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan, peneliti melakukan tinjauan pustaka terhadap beberapa karya ilmiah yang relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Adapun karya ilmiah tersebut diantaranya:

Penelitian pertama, skripsi dari Kartini tahun 2014. Mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjudul “*Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial dalam Mengkampanyekan Program Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Paguyuban Sukunan Bersemi dalam Mengkampanyekan Swakelola Sampah Mandiri di Dusun Sukunan tahun 2003 – 2009)*”.

Penelitian ini menganalisis tentang strategi komunikasi pemasaran sosial yang digunakan di dusun Sukunan, Sleman dalam mengkampanyekan program pengelolaan sampah mandiri yang disebut program swakelola sampah mandiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Hasil penelitiannya adalah adanya tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi pada program kampanye pengelolaan sampah mandiri yang dilakukan oleh pihak Paguyuban Sukunan Bersemi terbilang mampu merubah perilaku masyarakat dalam melakukan penanganan terhadap sampah.

Persamaan penelitian terletak pada konsep strategi pemasaran sosial yang digunakan dalam menjalankan suatu program. Perbedaannya ada pada metode yang digunakan, dimana peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dan penulis menggunakan metode studi kasus.

Penelitian kedua, skripsi dari Adityawan Eka Yulianto tahun 2010. Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta yang berjudul “*Komunikasi Pemasaran Sosial Sistem Operasi Komputer GNU/LINUX (Studi Kasus terhadap*

Pengembangan Komunikasi Pemasaran Sosial Produk Perangkat Lunak Bebas dan Terbuka Blank On Linux oleh Yayasan Penggerak Linux Indonesia).

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengembangan komunikasi pemasaran sosial produk perangkat lunak bebas dan terbuka Blank On Linux oleh Yayasan Penggerak Linux Indonesia. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus, jenis data yang digunakan adalah data sekunder karena penulis memanfaatkan hasil-hasil penelitian sebelumnya.

Persamaan kedua penelitian terletak pada teori konsep komunikasi pemasaran sosial. Akan tetapi peneliti lebih spesifik kepada perencanaan komunikasi pemasarannya. Perbedaannya terletak pada metode yang digunakan penulis menggunakan metode studi kasus dan peneliti akan menggunakan studi deskriptif kualitatif.

Penelitian ketiga, skripsi dari Ayu Sartika Hiasyah tahun 2013. Mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta yang berjudul "*Kampanye Komunikasi Publik "Berani Jujur, Hebat!" Tahun 2012 oleh Komisi Pemberantasan Korupsi sebagai Upaya Pencegahan Tindak Pidana Korupsi di Indonesia*".

Skripsi tersebut membahas terkait seperti apa KPK mengemas pesan-pesan anti korupsi yang sarat akan terminology hukum dan administrasi keuangan, menjadi ringan dan dapat diaplikasikan oleh masyarakat di segala lapisan lewat strategi kampanye komunikasi publik "Berani Jujur, Hebat!".

Persamaan kedua penelitian terletak pada pembahasan pemberantasan korupsi. Akan tetapi peneliti lebih kepada pembahasan perencanaan komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan oleh salah satu program gerakan dari KPK sedangkan penelitian sebelumnya lebih cenderung pada kampanye publik yang dilakukan oleh KPK.

F. Landasan Teori

1. Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain. Penyampai pesan disebut komunikator, dan penerima pesan disebut komunikan. Tujuan dari komunikasi adalah terciptanya pengertian yang sama antara kedua pihak yang melakukan komunikasi (Effendy, 2006:9).

Menurut Everett M. Rogers dalam Cangara (2005:18)., komunikasi merupakan suatu proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Proses komunikasi bukan hanya sekedar penyampaian pesan, melainkan terdapat penciptaan dan penafsiran pesan dengan tujuan agar sasaran bukan hanya mengetahui, tetapi juga memahami dan menginterpretasikan pesan dengan baik, sehingga melakukan suatu perbuatan sesuai yang komunikator sampaikan.

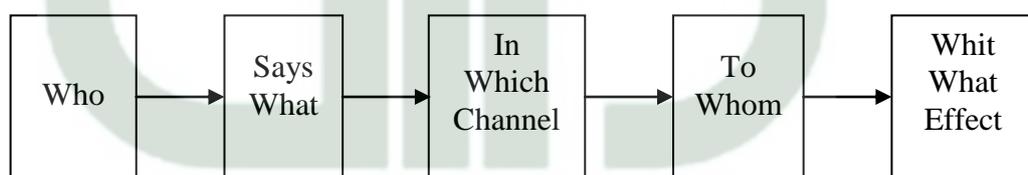
Komunikasi adalah cara-cara menyampaikan pesan yang dapat berupa informasi, ide, gagasan, inovasi, yang bertujuan untuk mengubah

perilaku komunikasi sesuai yang dikehendaki komunikator. Seperti yang disampaikan Carl I Hovland, bahwa komunikasi merupakan proses mengubah perilaku orang lain (Effendy, 2006:10).

Komunikasi sebagai proses dipandang sebagai sebuah kegiatan yang berlangsung secara dinamis. Sesuatu yang didefinisikan sebagai proses, berarti ada titik awal di mana suatu kegiatan dimulai dan bergerak ke titik akhir yang menjadi tujuan yang ingin dicapai, seperti formula yang dibuat oleh Harold D. Lasswell yang memuat *who says what, through what channel to whom, and what effect?*. Siapa yang berkata apa, melalui saluran apa kepada siapa, dan apa akibatnya (Cangara, 2017:38).

Deddy Mulyana dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* menjelaskan juga terkait dengan model komunikasi Lasswell dimana berupa ungkapan verbal yang memuat *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, What Effect?* (Mulyana, 2010:147).

Bagan I Model Komunikasi Lasswell



Sumber : Mulyana, 2010

Model Lasswell sering diterapkan dalam komunikasi massa. Model tersebut mengisyaratkan bahwa lebih dari satu saluran dapat membawa pesan. Unsur sumber (*who*) merangsang pertanyaan mengenai pengendalian pesan, sedangkan unsur pesan (*says what*) merupakan bahan

untuk analisis isi. Saluran komunikasi (*in which channel*) dikaji dalam analisis media. Unsur penerima (*to whom*) dikaitkan dengan analisis khalayak, sementara unsur pengaruh (*what what effect*) jelas berhubungan dengan studi mengenai akibat yang ditimbulkan pesan komunikasi massa pada khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa (Mulyana, 2010:148)

Komunikasi dalam aktivitasnya tidak terlepas dari sifat membujuk (persuasif) dan mendidik (edukatif), yaitu berupaya untuk mengubah perilaku, sikap bertindak, tanggapan persepsi hingga membentuk opini publik yang positif dan mendukung. Aktivitas komunikasi tersebut antara lain merupakan penyebaran informasi, pengetahuan, gagasan atau ide untuk membangun dan menciptakan kesadaran dan pengertian melalui teknik komunikasi.

2. Perencanaan Komunikasi

Keufman dalam buku *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* menyatakan bahwa perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan kemana harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ke tempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut (Cangara, 2017:24).

Perencanaan komunikasi menurut John Middleton (1978) adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan

organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antar pribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu diantara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi (Cangara, 2017:47).

Cangara (2017:48) menjelaskan bahwa terdapat pokok pikiran dalam perencanaan komunikasi, antara lain :

- a. Perencanaan komunikasi sebagai usaha yang disengaja
- b. Perencanaan komunikasi dibuat dalam bentuk dokumen tertulis
- c. Perencanaan komunikasi merupakan penerapan ilmu pengetahuan dan seni komunikasi
- d. Perencanaan komunikasi merupakan aktivitas manusia yang disusun secara sistematis dan berkelanjutan dari suatu proses ke proses selanjutnya
- e. Perencanaan komunikasi memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu
- f. Untuk mencapai tujuan itu perencanaan komunikasi menetapkan alokasi sumber daya (dana, barang/alat, manusia atau keahlian, dan program)
- g. Perencanaan komunikasi menggunakan unsur-unsur komunikasi yang mencakup sumber, pesan, media, target sasaran, dan efek (perubahan) sebagai komponen audit
- h. Perencanaan komunikasi memerlukan pengukuran hasil atau evaluasi

Sebuah perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang harus menjawab: (1) Apa yang ingin dicapai, (2) Kenapa kita menginginkan ada hasil yang diperoleh, (3) Siapa yang menjadi target sasaran, (4) Apa yang menjadi kata kunci pada pesan yang akan dibawakan, (5) Siapa yang akan menjadi aktor dalam penyampaian pesan dan bagaimana cara untuk memilih dan menentukannya, (6) Dengan cara apa yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, (7) Bagaimana tipe saluran komunikasi yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan, (8) Kapan waktu yang tepat untuk menyampaikan setiap pesan, (9) Bagaimana mengukur atau mengevaluasi hasil dari program yang dijalankan itu (Cangara, 2017:49).

3. Model Perencanaan Komunikasi John Middleton

Ada banyak model yang digunakan dalam studi perencanaan komunikasi. Akan tetapi tidak ada model yang dapat digunakan secara *universal*. Penggunaan model dan tahapan pelaksanaan harus tergantung pada kondisi dan realita yang ada. Perencanaan komunikasi yang baik dapat menentukan keberhasilan program yang akan diimplementasikan ke masyarakat (Cangara, 2017:71).

Model perencanaan komunikasi John Middleton dapat diimplementasikan untuk kampanye sosial, baik yang bersifat nasional maupun daerah. Model ini lebih rinci, diawali dengan riset untuk memperoleh data, dan upaya untuk mengetahui kebutuhan khalayak (*need*

assessment) (Cangara, 2017:83).

Adapun tahapan perencanaan komunikasi yang dibuat oleh John Middleton adalah sebagai berikut (Cangara, 2017:84) :

a. Pengumpulan data *baseline* dan *need assessment*

Langkah awal dalam perencanaan komunikasi diperlukan seperangkat data dasar (*baseline data*) yang akurat dan memadai termasuk informasi tentang identifikasi masalah dan kajian mengenai apa yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah yang dihadapi (*need assessment*). Analisis awal ini penting untuk menemukan faktor-faktor strategis yang sangat penting bagi keberlangsungan program komunikasi (Iriantara, 2004:15).

b. Perumusan tujuan komunikasi

Dalam menetapkan tujuan, seorang perencana komunikasi harus bisa menjawab pertanyaan; mengapa anda perlu melakukan kegiatan komunikasi dan apa yang anda ingin dicapai dengan kegiatan tersebut?; Perubahan bagaimana yang anda inginkan?; Apakah tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan kebutuhan target sasaran (*need assessment*)? (Cangara, 2017:105)

c. Analisis perencanaan dan pengembangan strategi

Tahap ini merupakan keputusan mengenai jalan yang ditempuh untuk mencapai apa yang sudah ditetapkan dalam tujuan. Apabila penetapan strategi salah atau keliru maka jalan yang ditempuh untuk mencapai tujuan bisa gagal, terutama kerugian dari segi waktu, materi

dan tenaga (Cangara, 2017:106).

d. Analisis dan segmentasi khalayak

Analisis khalayak diperlukan guna mengetahui kebutuhan khalayak akan pengembangan suatu program. Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting. Masyarakat yang akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu program.

Untuk mengetahui dan memahami segmentasi khalayak, para peneliti sering kali memulai dengan cara memetakan karakteristik khalayak (Cangara, 2017:137).

e. Pemilihan media

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki khalayak. Beberapa hal yang perlu mendapat perhatian, dalam melakukan pemilihan media komunikasi, yakni (Cangara, 2017:146) :

- 1) Sumber daya komunikasi yang tersedia di suatu tempat
- 2) Pemilikan media di kalangan masyarakat sasaran
- 3) Terjangkau tidaknya pesan yang akan disampaikan

f. Desain dan pengembangan pesan

Pesan sangat tergantung pada program yang ingin disampaikan. Jika program itu bersifat komersial untuk mengajak orang agar membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya bersifat persuasive

dan provokatif. Sedangkan jika produk dalam bentuk program penyuluhan untuk penyadaran masyarakat, maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif. Hal kedua yang perlu diperhatikan dalam penyusunan pesan adalah sifat dari produk itu sendiri. Jika produk itu bersifat *tangible* (nyata) dan barangnya bisa dimiliki, maka pesan yang digunakan tidak perlu terlalu banyak sebab setiap anggota masyarakat bisa mengevaluasinya sendiri. Namun jika program yang dipasarkan sifatnya *intangible* (tidak nyata) maka memerlukan penjelasan yang lebih lengkap, mudah dimengerti, dan menjanjikan prospek apa yang akan diperoleh setelah menerima program tersebut (Cangara, 2017:140).

g. Perencanaan manajemen

Dalam tahap ini yang perlu diperhatikan pertama kali adalah menentukan komunikator yang akan menyampaikan pesan komunikasi kepada khalayak yang dituju, baik itu dalam bentuk perseorangan maupun tim komunikator.

Terdapat tiga syarat yang harus dipenuhi oleh seorang komunikator, yakni: tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (kredibilitas), daya tarik (*attractive*) dan kekuatan (*power*) (Cangara, 2017:133).

Tidak kalah penting dalam tahap ini adalah membentuk tim yang akan mengelola program komunikasi dan melakukan pengawasan secara berkelanjutan. Untuk melaksanakan suatu program

komunikasi dibutuhkan personil yang handal dan memahami tugas-tugas komunikasi yang akan dilaksanakan.

h. Pelaksanaan pelatihan

Pelatihan diperlukan dalam membangun kesiapan dalam pelaksanaan program. Berdasarkan analisis kebutuhan (*need assessment*) maka disusun program pelatihan yang mencakup: jangka waktu kurikulum dan metode pembelajaran, staf pengajar, dan jumlah peserta pelatihan. Selain itu harus dipertimbangkan lokasi, tempat pelatihan, peralatan pendidikan, dan bentuk apakah *in-house training* di mana peserta diinapkan atau peserta bebas menginap di luar (Cangara, 2017:225).

i. Implementasi atau pelaksanaan

Implementasi bisa dilakukan sesuai dengan program yang telah ditentukan. Beberapa hal yang umum dilakukan adalah melakukan lobby-lobby, silaturahmi, dan sosialisasi. Pembentukan sistem pengontrol di lapangan juga biasanya dilakukan dengan menggunakan sumber daya masyarakat sendiri.

j. Evaluasi Program

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi. Kegiatan evaluasi dapat

dilakukan bertitik tolak dari tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, apakah tercapai atau tidak, atau apakah tingkat pencapaiannya cukup tinggi atau rendah (Cangara, 2017:174).

4. Pencegahan Korupsi

Menurut asal katanya, korupsi berarti penyelewengan atau penyalahgunaan jabatan, demi kepentingan pribadi atau orang lain, termasuk keluarga dan kerabat. Secara ringkas, perbuatan-perbuatan tersebut dapat dikelompokkan menjadi : merugikan keuangan negara; suap menyuap (sogokan atau pelican); penggelapan dalam jabatan; pemerasan; perbuatan curang; benturan kepentingan dalam pengadaan; dan gratifikasi (pemberian hadiah) (Buku Saya, Perempuan Anti Korupsi, 2014:27).

Berdasarkan UU No.30 tahun 2002, Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi dirumuskan sebagai serangkaian tindakan untuk mencegah dan memberantas tindak pidana korupsi - melalui upaya koordinasi, supervisi, monitor, penyelidikan, penyidikan, penuntutan, dan pemeriksaan di sidang pengadilan - dengan peran serta masyarakat berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Rumusan undang-undang tersebut menyiratkan bahwa upaya pemberantasan korupsi tidak akan pernah berhasil tanpa melibatkan peran serta masyarakat. Dengan demikian dalam strategi pemberantasan korupsi terdapat 3 (tiga) unsur utama, yaitu: pencegahan, penindakan, dan peran serta masyarakat. Pencegahan adalah seluruh upaya yang dilakukan untuk mencegah terjadinya perilaku

koruptif. Pencegahan juga sering disebut sebagai kegiatan Anti-korupsi yang sifatnya preventif. Penindakan adalah seluruh upaya yang dilakukan untuk menanggulangi atau memberantas terjadinya tindak pidana korupsi. Penindakan sering juga disebut sebagai kegiatan kontra korupsi yang sifatnya represif. Peran serta masyarakat adalah peran aktif perorangan, organisasi kemasyarakatan, atau lembaga swadaya masyarakat dalam pencegahan dan pemberantasan tindak pidana korupsi (Wibowo, 2011:143).

Dalam kriminologi, pencegahan dalam kejahatan berarti kemampuan untuk mengidentifikasi faktor penyebab terjadinya suatu kejahatan dan berdasarkan pengetahuan terhadap faktor penyebab terjadinya suatu kejahatan tersebut kemudian diambil tindakan yang dapat menyebabkan kejahatan tersebut dapat dicegah (Walklate, 2005).

Beberapa akademisi mengklarifikasikan pencegahan kejahatan ke dalam tiga pendekatan, yaitu (1) pendekatan sosial, (2) pendekatan situasional, dan (3) pendekatan kemasyarakatan (Darmawan, 1994:17).

a. Pendekatan Sosial (*social crime prevention*)

Kegiatannya bertujuan untuk menumpas akar penyebab kejahatan dan kesempatan untuk melakukan pelanggaran. Yang menjadi sasarannya adalah baik populasi umum (masyarakat) ataupun kelompok-kelompok yang secara khusus mempunyai resiko tinggi untuk melakukan pelanggaran (Darmawan, 1994:17). Pencegahan melalui pendekatan sosial cenderung untuk memusatkan perhatiannya

pada kelompok-kelompok, sejak mereka cenderung menjadi kelompok yang mempunyai resiko besar untuk melakukan pelanggaran hukum. Oleh sebab itu kebijaksanaan pencegahan melalui pendekatan sosial membutuhkan sokongan untuk dapat bergerak di dalam kebijakan sosial yang berskala luas, yang mengandung hal-hal yang dapat melahirkan kejahatan.

b. Pendekatan Situasional (*situational crime prevention*)

Perhatian utamanya adalah mengurangi kesempatan seseorang atau kelompok untuk melakukan pelanggaran (Darmawan, 1994:17). Pencegahan kejahatan melalui pendekatan sosial menggambarkan sebuah usaha untuk menanamkan pengaturan yang permanen untuk melawan pelanggaran-pelanggaran secara umum. Sebaliknya pencegahan kejahatan melalui pendekatan situasional memusatkan perhatiannya pada pengembangan langkah-langkah jangka yang lebih pendek untuk mencegah pelanggaran yang lebih khusus. Teori-teori situasional lebih berguna untuk menjelaskan perbuatan jahat oleh orang-orang yang biasanya bertingkah laku rasional, tetapi berada dalam tekanan-tekanan khusus dan cenderung untuk mempergunakan kesempatan (Darmawan, 1994:67).

c. Pendekatan Kemasyarakatan (*community based crime prevention*)

Langkah dari pendekatan ini ditujukan untuk memperbaiki kapasitas masyarakat untuk mengurangi kejahatan dengan jalan meningkatkan kapasitas mereka untuk menggunakan kontrol sosial

informal (Darmawan, 1994:17). Poin yang membedakan pendekatan ini dengan pendekatan lainnya adalah dilakukan oleh agen-agen yang bukan termasuk ke dalam sistem peradilan pidana. Elemen-elemen dari komunitas yang menjalankan pendekatan kemasyarakatan sangat bersifat *bottom-up* melalui pendekatan partisipatoris ke dalam masyarakat dan bergantung kepada *partnership* yang tumbuh diantara kelompok-kelompok di luar dari sistem peradilan pidana (Gilling, 1997).

5. Gerakan Sosial

Gerakan sosial (*social movement*) adalah aktivitas sosial berupa gerakan sejenis tindakan sekelompok yang merupakan kelompok informal yang berbentuk organisasi, berjumlah besar atau individu yang secara spesifik menolak, atau mengkampanyekan sebuah perubahan sosial (Setiadi dan Kolip, 2011:217).

Gerakan sosial dapat dipahami sebagai tantangan terhadap pembuatan keputusan-keputusan dalam upaya melakukan perubahan sosial tertentu.

Anthony Giddens menyatakan gerakan sosial sebagai upaya kolektif untuk mengejar kepentingan bersama atau gerakan mencapai tujuan bersama atau gerakan bersama melalui tindakan kolektif (*action collective*) diluar ruang lingkup lembaga-lembaga yang mapan (Putra,dkk, 2006:27).

Dalam bukunya Mansour Fakih menjelaskan bahwa gerakan sosial

dapat diartikan sebagai kelompok yang terorganisir secara tidak ketat dalam rangka tujuan sosial terutama dalam usaha merubah struktur mapan nilai sosial (Fakih, 2002:27).

Adapun dalam sebuah gerakan sosial ada beberapa komponen-komponen yang harus ada dalam definisi gerakan sosial (Syarbaini, 2013:156) :

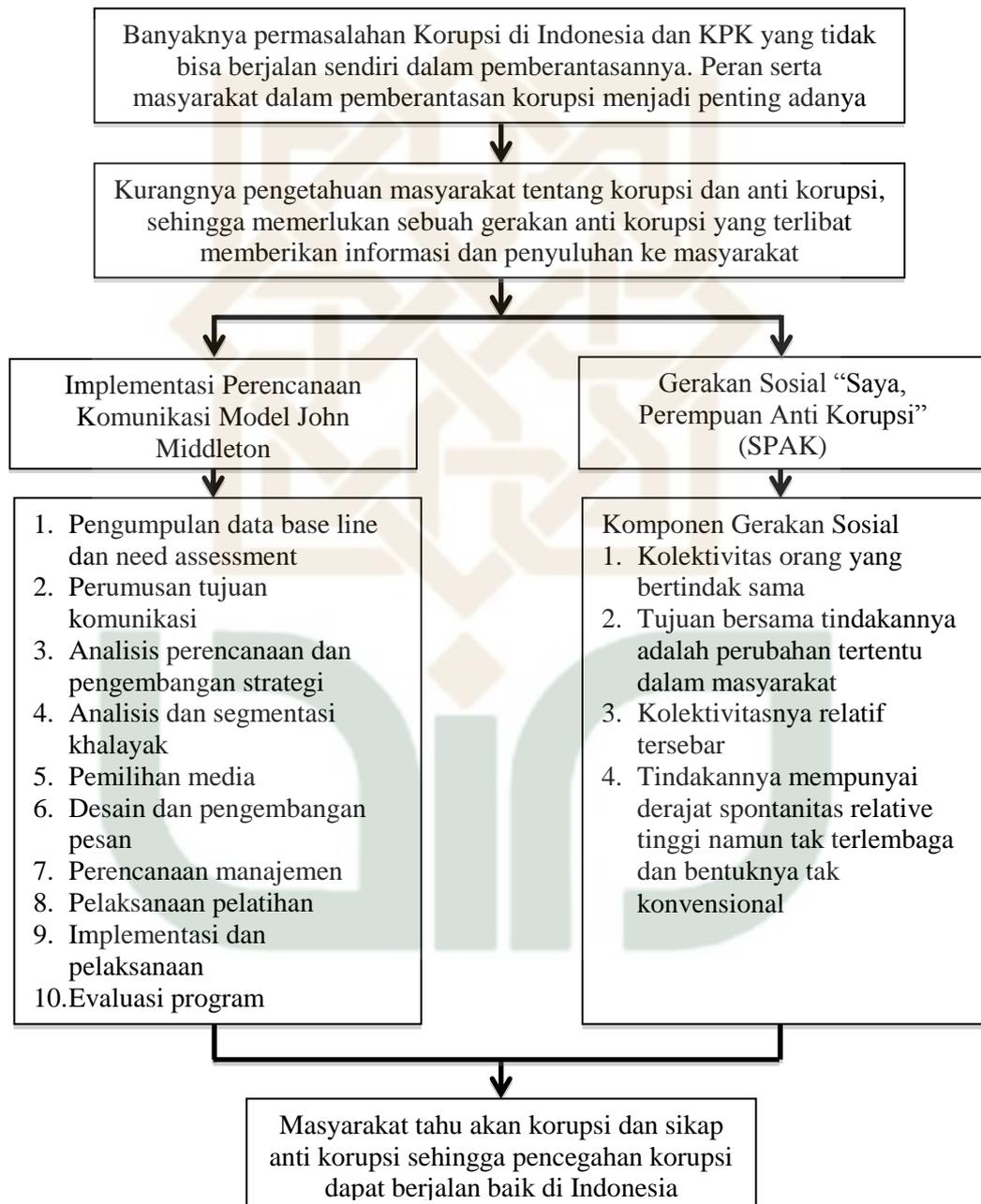
- a. Kolektivitas orang yang bertindak sama
- b. Tujuan bersama tindakannya adalah perubahan tertentu dalam masyarakat, mereka yang ditetapkan partisipan menurut cara yang sama.
- c. Kolektivitasnya relative tersebar namun lebih rendah derajatnya daripada organisasi formal.
- d. Tindakannya mempunyai derajat spontanitas relatif tinggi namun tidak terlembaga dan bentuknya tidak konvensional.

G. Kerangka Pemikiran

Pola pikir peneliti dalam penelitian ini berawal dari banyaknya permasalahan korupsi yang ada di Indonesia, di satu sisi KPK yang tidak bisa berjalan sendiri dalam pemberantasan korupsi. Berdasarkan hal tersebutlah kemudian dibuat sebuah gerakan yang bergerak dalam ranah pencegahan korupsi, yakni “Saya, Perempuan Anti Korupsi”. Gerakan sosial ini kemudian yang bergerak membantu KPK dalam mengkampanyekan gerakan anti korupsi kepada masyarakat, dimana dalam perjalanannya gerakan sosial tidak terlepas dari adanya Perencanaan Komunikasi. Peneliti

ingin lebih mengetahui terkait dengan Implementasi Perencanaan Komunikasi yang selama beberapa tahun ini dijalankan sehingga pemberantasan korupsi melalui pencegahan dapat berjalan baik.

Bagan II Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

Metode meliputi cara pandang dan prinsip berpikir mengenai masalah yang diteliti, pendekatan yang digunakan, dan prosedur ilmiah yang ditempuh dalam mengumpulkan dan menganalisis data, serta untuk menarik kesimpulan (Pawito, 2008:83). Dalam melakukan sebuah penelitian, diperlukan adanya metode yang digunakan agar penelitian bisa sistematis dan akurat. Berikut metode yang peneliti gunakan dalam melakukan penelitian :

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, peneliti akan menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggambarkan isi tetapi tidak berdasarkan akurasi statistik, disajikan melalui kata-kata yang disusun dalam bentuk cerita atau peristiwa sehingga mempunyai kesan lebih nyata dan penuh makna (Silalahi, 2010:39).

Penelitian kualitatif lebih mementingkan makna dan tidak ditentukan oleh kuantitasnya. Data dikumpulkan berwujud kata-kata dalam kalimat atau gambar yang memiliki arti lebih dari sekedar angka atau jumlah. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2008:56).

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian kualitatif adalah orang yang sudah sengaja

dipilih untuk menjadi informan untuk memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah orang yang memiliki pengaruh terhadap terbentuknya gerakan sosial SPAK dan beberapa agen penggerak SPAK yang berasal dari beberapa kalangan yakni, Judhi Kristantini selaku *senior manager for anti corruption* AIPJ, Yuyuk Andriati selaku Kepala Biro Humas KPK, Wulandari (agen SPAK) yang berprofesi sebagai guru, Kurniati Bambang (agen SPAK) yang berprofesi sebagai Polwan POLDA DIY, dan Harum Sekartaji.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan apa yang menjadi sasaran dalam penelitian (Bungin, 2007:76) atau dengan kata lain, objek penelitian adalah fokus masalah yang akan dicari jawabannya melalui penelitian. Adapun objek penelitian ini adalah implementasi perencanaan komunikasi pada gerakan sosial “Saya, Perempuan Anti Korupsi” (SPAK).

3. Metode Pengumpulan Data

Ada dua jenis sumber data yang bisa digunakan dalam penelitian kualitatif, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung dapat memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen (Sugiyono,

2013:308).

Metode pengumpulan data yang akan digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya (Yusuf, 2014:372). Salah satu metode yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah melalui wawancara mendalam. Informan yang akan diwawancarai adalah Judhi Kristantini selaku *senior manager for anti corruption* AIPJ, Yuyuk Andriati selaku Kepala Biro Humas KPK, Wulandari (agen SPAK) yang berprofesi sebagai guru, Kurniati Bambang (agen SPAK) yang berprofesi sebagai Polwan POLDA DIY, dan Harum Sekartaji. Peneliti juga mempersiapkan *interview guide* dalam proses wawancara agar berjalan lancar dan sistematis.

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencacatan dengan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti, didasarkan atas pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung (Arikunto, 2006:174). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengamati langsung pada program pencegahan korupsi yang dilakukan oleh gerakan sosial SPAK.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara untuk memperoleh data dengan menggunakan penyelidikan terhadap buku, dokumen, majalah peraturan-peraturan, dan sebagainya (Arikunto, 2006:158).

Dokumentasi dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen yang dianggap perlu serta penting untuk menunjang hasil penelitian. Dokumen yang dimaksud dapat berupa rekaman video, foto, tulisan, laporan, atau gambar. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang mendukung dalam penelitian ini.

4. Metode Analisis Data

Setelah melakukan penelitian, data yang diperoleh harus diproses dan dianalisis sebelum dapat digunakan (Yusuf, 2014:407). Analisis data menurut Miles dan Huberman dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2009:91). Analisis data dengan model Miles dan Huberman terdiri dari tiga tahap, yakni:

a. Reduksi Data

Reduksi data yakni aktivitas merangkum data yang telah didapatkan di lapangan kemudian dipilah berdasarkan hal yang pokok dan penting sesuai dengan tema dan pola yang diteliti, kemudian membuang atau memisahkan data yang sekiranya dianggap tidak diperlukan.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya pengambilan kesimpulan maupun tindakan (Ghony, 2014:308). Penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian, bagan, tabel, grafik dan sebagainya.

c. Penarikan atau Pengujian Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan atau pengujian kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan data yang telah diperoleh dan diolah yang telah diverifikasi untuk mendapatkan kesimpulan final, meskipun mungkin saja kesimpulan final itu tidak muncul sampai pengumpulan data berakhir (Silalahi, 2010:339).

5. Metode Keabsahan Data

Penelitian kualitatif seringkali dipertanyakan tentang keabsahan hasil penelitian, karena beberapa hal diantaranya adalah subjektivitas peneliti, alat yang diandalkan adalah wawancara dan observasi mengandung banyak kelemahan ketika dilakukan secara terbuka dan apalagi tanpa kontrol, dan sumber data kualitatif yang kurang kredibel akan mengurangi akurasi hasil penelitian.

Dalam penelitian, teknik keabsahan data merupakan upaya untuk menunjukkan validitas dan reabilitas data penelitian. Validitas adalah sejauh mana data yang telah diperoleh telah secara akurat mewakili realitas

yang diteliti. Sedangkan reabilitas adalah tingkat konsistensi hasil dari penggunaan cara pengumpulan data (Pawito, 2008:97).

Teknik yang digunakan untuk menguji data yaitu dengan menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah menganalisis jawaban subyek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lain) yang tersedia (Kriyantono, 2008:70)

Dwidjowinoto (2002) dalam Kriyantono (2007:70) terdapat lima macam triangulasi, yakni triangulasi sumber, triangulasi waktu, triangulasi teori, triangulasi periset dan triangulasi metode.

Peneliti menggunakan triangulasi sumber data, yang mana triangulasi ini adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Peneliti mengumpulkan beberapa data sebagai sumber data kemudian data yang sama atau sejenis akan diuji kebenarannya apabila digali dari beberapa sumber yang berbeda.

Peneliti dapat memperoleh data dari wawancara mendalam dengan lebih dari satu informan, sehingga informasi dari informan satu dapat dibandingkan dengan informasi yang peneliti dapatkan dari informan lainnya. Selain itu dari dokumentasi data yang ada, baik dari buku, dokumen yang dimiliki, foto, dan hal lain yang berkaitan dengan data-data yang dimaksudkan oleh peneliti. Peneliti juga menguji validitas data yang diperoleh dengan mewawancarai sumber lain. Sumber yang digunakan dalam triangulasi pada penelitian ini yaitu Laili Usria yang merupakan

seorang aktivis perempuan gerakan anti korupsi di Gerakan Pemuda Melawan Korupsi (GPMK) dan Perempuan Indonesia Anti Korupsi (PIA).

Dengan cara mengumpulkan data dari sumber data yang berbeda, data sejenis bisa teruji kebenarannya dan nantinya diperoleh data yang dapat dipertanggungjawabkan.



BAB IV

PENUTUP

Pada bab terakhir ini peneliti akan memaparkan mengenai kesimpulan dan saran yang terkait dengan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Peneliti akan menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian implementasi perencanaan komunikasi yang telah dilakukan gerakan sosial SPAK dalam pencegahan korupsi di Indonesia. Peneliti juga akan memberikan beberapa saran untuk gerakan sosial SPAK yang bisa digunakan untuk mengembangkan program pencegahan korupsi kedepannya.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, gerakan sosial SPAK dalam pengimplementasian perencanaan komunikasinya menggunakan sepuluh tahapan perencanaan. Data *baseline* yang digunakan adalah *baseline study* KPK dan hasil dari Konferensi Regional Asia Tenggara, yang kemudian menghasilkan tujuan gerakan yakni untuk memerangi korupsi terutama perilaku koruptif yang ada di sekitar lingkungan kita. Adapun kemudian disusun strategi yang mencakup penentuan komunikator (*who*), pengembangan pesan (*says what*), pemilihan media (*in which channel*), segmentasi khalayak (*to whom*), dan timbal balik yang diharapkan dari kegiatan komunikasi (*what effect?*). Khalayak dari gerakan sosial SPAK adalah seluruh masyarakat Indonesia dengan pembagian segmentasi berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan. Hampir semua

media yang ada digunakan oleh gerakan sosial SPAK baik media lama dan media baru. Adapun pesan yang dimiliki kemudian dikembangkan menjadi produk berupa alat bantu atau *games* yang menyesuaikan dengan khalayak. Komunikator pada gerakan sosial SPAK adalah perempuan yang disebut dengan agen SPAK dan tersebar di seluruh Indonesia. Agen SPAK kemudian diberikan pelatihan atau *training for trainer* (TOT) yang diadakan di beberapa wilayah di Indonesia. Implementasi dari gerakan sosial SPAK berupa sosialisasi, *lobby*, dan pengaadaan *event* besar di berbagai daerah. Evaluasi yang dilakukan oleh gerakan sosial SPAK dilakukan sebanyak tiga kali, dan menunjukkan perkembangan gerakan SPAK dari tahun ke tahunnya.

Implementasi perencanaan komunikasi pada gerakan sosial SPAK mencakup empat komponen gerakan dimana ada kolektivitas dari para agen SPAK untuk merealisasikan tujuan pemberantasan korupsi melalui pencegahan. Kolektivitas dari para agen ini juga tersebar di seluruh Indonesia dan dilakukan secara suka rela dengan spontanitas yang muncul dari tiap agennya.

B. Saran

Ada beberapa saran yang peneliti ajukan yang mungkin perlu dilakukan oleh gerakan sosial SPAK untuk memaksimalkan perencanaan komunikasi yang dilakukan dalam pencegahan korupsi di Indonesia :

1. Menambah *baseline* data terbaru sebagai acuan untuk lebih mengembangkan program komunikasi, mengingat perkembangan gerakan

sosial SPAK yang semakin besar dan kebutuhan khalayak akan pencegahan korupsi semakin meningkat.

2. Memperluas jaringan gerakan sosial SPAK dengan memaksimalkan penggunaan media yang dimiliki, dengan membuat konten yang dapat dinikmati semua umur. Media sosial seperti *instagram* dan *youtube* sedang menjadi media yang cukup *ngetrend* dikalangan masyarakat sehingga penambahan konten yang menarik akan memberikan nilai tambah bagi gerakan.
3. Mengembangkan gerakan sosial SPAK menjadi sebuah lembaga formal yang kemudian bisa lebih dikenal, diterima, dan didukung oleh seluruh masyarakat Indonesia.
4. Memberikan informasi kontak agen SPAK di tiap daerah di *website* yang dimiliki oleh gerakan sosial SPAK supaya lebih memudahkan masyarakat untuk mengakses dan mendapatkan produk yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawan Eka Yulianto. 2010. *"Komunikasi Pemasaran Sosial Sistem Operasi Komputer GNU/LINUX (Studi Kasus terhadap Pengembangan Komunikasi Pemasaran Sosial Produk Perangkat Lunak Bebas dan Terbuka Blank On Linux oleh Yayasan Penggerak Linux Indonesia)"*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Admin ACCH, 2014. *"Games SPAK"*. Dipetik dari <https://acch.kpk.go.id/id/>
- Aida Ratna Zulaikha, Sari Angraeni 2016. *"Menerapkan Biaya Sosial Korupsi sebagai Hukuman Finansial dalam Kasus Korupsi Kehutanan"*. Jurnal Anti Korupsi Integritas Komisi Pemberantasan Korupsi.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Ayu Sartika Hiasyah. 2013. *"Kampanye Komunikasi Publik "Berani Jujur, Hebat!" Tahun 2012 oleh Komisi Pemberantasan Korupsi sebagai Upaya Pencegahan Tindak Pidana Korupsi di Indonesia"*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Bungin, Burhan, 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Darmawan, M Kemal. 1994. *Strategi Pencegahan Kejahatan*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- _____, 2006. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Facebook, 2014. Akun Facebook *"Saya, Perempuan Anti Korupsi Indonesia (SPAK Indonesia)*. Dipetik dari <https://web.facebook.com/spakindonesia/>
- _____, 2014. Group Facebook *"Saya, Perempuan Anti Korupsi Indonesia (SPAK Indonesia)*. Dipetik dari <https://web.facebook.com/groups/988082657904610/>

- Ghony, Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Instagram, 2015. Akun Instagram “Saya, Perempuan Anti Korupsi Indonesia” .Dipetik dari <https://www.instagram.com/spakindonesia/?hl=id>
- _____, 2014. Akun Instagram “Saya, Perempuan Anti Korupsi Jogja (SPAK Jogja)”. Dipetik dari <https://www.instagram.com/spakjogja/?hl=id>
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta : Ghalia.
- Kartini. 2014. “Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial dalam Mengkampanyekan Program Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Paguyuban Sukuran Bersemi dalam Mengkampanyekan Swakelola Sampah Mandiri di Dusun Sukunan tahun 2003-2009)”. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- KBBI, 2012. “Arti Kata Logo”. Dipetik dari <https://kbbi.web.id/logo>
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT Prehallindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lkis
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2016. *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Rappler, 2018. “KPK : Aturan Penanganan Korupsi di Indonesia Masih Kuno”. Dipetik dari <https://www.rappler.com/indonesia/the-wrap/191115-indonesia-wrap-berita-hari-ini-selasa-12-desember-2017>
- Setiadi, Elly M dan Usman Kolip. 2011. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta : Kencana.
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Refika Aditama.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syarbaini, Syahrial. 2013. *Dasar-dasar Sosiologi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tim Penulis Buku Pendidikan Anti Korupsi. 2011. *Pendidikan Anti Korupsi Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta : Kemendikbud.

- Tim Penulis Buku Saya, Perempuan Anti Korupsi. 2014. *Saya, Perempuan Anti Korupsi*. Jakarta.
- Tim Penulis SPAK, 2014. “*Profil Organisasi SPAK*”. Dipetik dari <http://www.spakindonesia.org/>
- Tim Penyusun Laporan Tahunan KPK 2016. 2017. *Laporan Tahunan KPK 2016*. Jakarta : Komisi Pemberantasan Korupsi.
- Tim Penyusun 2013. *Buku Panduan Skripsi*. Yogyakarta: Ilmu Komunikasi, FISHUM – UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- TII, 2018. “*Peluncuran Corruption Perception Index (CPI), Menera Korupsi di Tahun Politik*”. Dipetik dari <http://riset.ti.or.id/corruption-perceptions-index-2017/>
- Wibowo. 2011. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Youtube, 2017. “*Saya, Perempuan Anti Korupsi Indonesia*”. Dipetik dari https://www.youtube.com/channel/UCjiG_uRi91wY95mat26w2Dg
- Yunahar Ilyas, 2019. “*Kisah : Nabi Syu’aib AS*”. Dipetik dari <http://www.suaramuhammadiyah.id/2019/02/08/nabi-syuaib-as-4/>
- Yusuf, A Muri. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : Prenadamedia Group.

INTERVIEW GUIDE

Identitas Diri Informan

Nama :

Alamat :

Jabatan :

No. HP :

MODEL PERENCANAAN KOMUNIKASI JOHN MIDDLETON

a. Pengumpulan data *base line* dan *need assessment*

1. Berdasarkan data apa yang mendorong SPAK ingin menjalankan program pencegahan korupsi di masyarakat Indonesia?
2. Apakah data tersebut sudah mencakup identifikasi masalah korupsi yang terjadi di Indonesia?
3. Adakah kajian data lain yang diambil untuk merancang program pencegahan korupsi?
4. Faktor-faktor apa yang mendorong keberlangsungan program pencegahan korupsi yang dilakukan oleh SPAK?

b. Perumusan tujuan komunikasi

1. Mengapa SPAK perlu melakukan kegiatan pencegahan korupsi di Indonesia?
2. Apa tujuan yang ingin dicapai oleh SPAK dari adanya kegiatan pencegahan korupsi di kalangan masyarakat Indonesia?
3. Perubahan seperti apa yang diinginkan oleh SPAK di masyarakat Indonesia?

c. Analisis perencanaan dan pengembangan strategi

1. Strategi seperti apa yang ditempuh oleh SPAK untuk mencapai tujuan tersebut?

d. Analisis segmentasi khalayak

1. Masyarakat seperti apa yang menjadi sasaran pengembangan pencegahan korupsi oleh SPAK?

2. Apakah sasaran (masyarakat) yang menjadi target dari program akan menentukan berjalan atau tidaknya program tersebut?

e. Pemilihan media

1. Media komunikasi apa yang dipilih oleh SPAK dalam merealisasikan tujuan program pencegahan korupsi di masyarakat?
2. Jenis media apa yang mudah dijangkau oleh masyarakat yang menjadi target sasaran program?
3. Adakah pemilihan media lain apabila sumber daya komunikasi yang dimiliki masyarakat terbatas?

f. Desain dan pengembangan pesan

1. Program pencegahan korupsi yang dilakukan oleh SPAK apakah bersifat penyadaran masyarakat?
2. Pesan yang disampaikan apakah bersifat persuasif dan edukatif?
3. Adakah produk yang ditawarkan oleh SPAK?
4. Produk tersebut apakah bersifat nyata (*tangible*) dan bisa dimiliki oleh masyarakat?
5. Apakah pesan yang disampaikan melalui produk yang tangible dapat membuat sasaran bisa mengetahui sendiri evaluasi dari program pencegahan korupsi tersebut?
6. Adakah produk yang bersifat tidak nyata (*intangible*) sehingga memerlukan penjelasan?

g. Perencanaan manajemen

1. Bagaimanakah menentukan komunikator untuk menyampaikan pesan pencegahan korupsi ke masyarakat?
2. Apakah komunikator yang dipilih mempunyai tingkat kepercayaan di masyarakat, daya tarik, dan kekuatan di kalangan masyarakat?
3. Adakah pembentukan tim untuk lebih memaksimalkan penyampaian pesan pencegahan korupsi di masyarakat?

h. Pelaksanaan pelatihan

1. Adakah pelatihan yang dilakukan oleh SPAK dalam membangun kesiapan untuk penyampaian pesan di masyarakat?
2. Berapa lama waktu pelatihan?
3. Berapa jumlah peserta?

4. Metode pembelajaran seperti apa yang dilakukan?
5. Staf pengajar seperti apa dan darimana yang dipilih untuk pelaksanaan pelatihan?

i. Implementasi atau pelaksanaan

1. Implementasi atau pelaksanaan seperti apa yang dilakukan oleh SPAK dalam program pencegahan korupsi di masyarakat?
2. Apakah SPAK juga melakukan lobby, silaturahmi, dan sosialisasi?
3. Dimana lokasi pelaksanaan program SPAK?
4. Adakah pengontrol yang dipilih untuk mengontrol program pencegahan korupsi yang dilakukan komunikator di lapangan?

j. Evaluasi program

1. Adakah evaluasi yang dilakukan setiap pelaksanaan program?
2. Apabila ada evaluasi, apakah SPAK dapat memberikan perbaikan untuk meningkatkan keberhasilan tersebut?
3. Sejauh ini program pencegahan korupsi oleh SPAK apakah berhasil di kalangan masyarakat?



Ruko Mutiara Unit D Lt. 3
Jl. Bulungan 1 no 12
Kramat Pela, Kebayoran Baru
Jakarta 12130

Spak.indonesia2017@gmail.com
www.spakindonesia.org

SURAT KETERANGAN

Melalui surat ini, saya menerangkan bahwa :

Nama : Mila Okviannisa
No. Mahasiswa : 12730066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Mahasiswa tersebut diatas kami terima dan telah melakukan penelitian tentang "Saya, Perempuan Anti Korupsi" (SPAK) Indonesia dalam rangka menyusun skripsi dengan judul penelitian "**Perencanaan Komunikasi Pemasaran Sosial dalam Pencegahan Korupsi di Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif pada Gerakan Sosial "Saya, Perempuan Anti Korupsi"(SPAK)**".

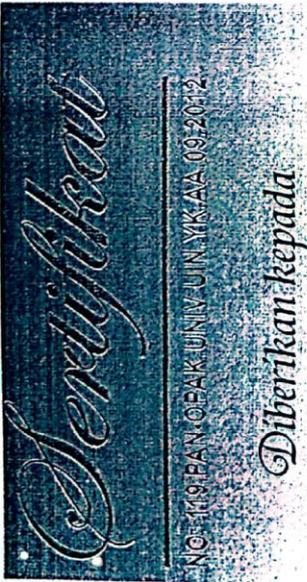
Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 13 Februari 2019
SPAK Indonesia

Maria Kresentia

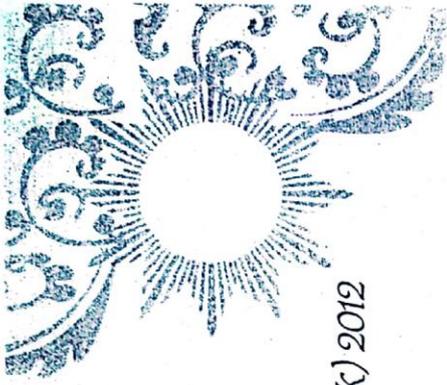
@spakindonesia
 spakindonesia

spakindonesia
 Saya Perempuan Antikorupsi Indonesia



NO. HSPAN.OPAK.UNIV.UIN.YK.AVA.09.2012.

Diberikan kepada



Dalam Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2012

yang diselenggarakan oleh Panitia Orientasi Pengenalan Akademik &

Kemahasiswaan (OPAK) 2012 dengan tema:

MEMUPUK NILAI-NILAI NASIONALISME DALAM RUANG KAMPUS ;
UPAYA MEMPERKOKOH INTEGRITAS BANGSA

Sebagai

Peserta OPAK 2012

pada tanggal 5-7 September 2012 di Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Mengerahui,

Yogyakarta, 7 September 2012

Pembantu Rektor III

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

[Signature]
Dr. A. Ahmad Rifa'i, S.I. Phil
NIP. 19600905 198603 1006

Devon, Ekskusuf Malahisma (DEMA)

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

[Signature]
Abdul Khalid
Presiden Malahisima

Panitia OPAK 2012

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

[Signature]
Ramel Masukuri
Ketua Panitia



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Nomor: UIN.02/R.3/PP.00.9/2753.C/2012

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : MILA OKVIANNISA
NIM : 12730066
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan
SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2012/2013
Tanggal 10 s.d. 12 September 2012 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 19 September 2012
a.n. Rektor
Pembantu Rektor Bidang Kemahasiswaan

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 19600905 198603 1006



TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.73.4.1/2019

This is to certify that:

Name : **Mila Okviannisa**
Date of Birth : **October 17, 1993**
Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **February 11, 2019** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	44
Structure & Written Expression	40
Reading Comprehension	45
Total Score	430

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, February 11, 2019

Director,
Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



شهادة
اختبار كفاءة اللغة العربية
الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.73.4.45/2019

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Mila Okviannisa :
تاريخ الميلاد : ١٧ أكتوبر ١٩٩٣

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١١ فبراير ٢٠١٩، وحصلت
على درجة :

٤٢	فهم المسموع
٣٧	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٢	فهم المقروء
٣٣٧	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكارتا، ١١ فبراير ٢٠١٩

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨.٠٩١٥١٩٩٨.٣١٠٠٥

TRAINING TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Mila Okviannisa
 NIM : 12730066
 Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
 Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	80	B
2.	Microsoft Excel	50	D
3.	Microsoft Power Point	80	B
4.	Internet	85	B
5.	Total Nilai	73.75	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	


 Yogyakarta, 30 Mei 2013


 Kepala PTIPD

Agung Fatwanto, Ph.D.
 NIP. 19770103 200501 1 003

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571

SERTIFIKAT

No.: UIN.02 /DSH.3/PP.00.9/0772/2013

Diberikan Kepada:
MILA OKVIANNISA

NIM : 12730066

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah Lulus, Ujian Sertifikasi Membaca Al Quran
dengan Predikat :
Sangat Baik (A)

Yogyakarta, 07 November 2013
a.n.Dekan

Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan

H. Andy Dermawan, M.Ag
NIP. 19700908 20003 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Mila Okviannisa
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Wonosobo, 17 Oktober 1993
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Veteran No.71 Sudagaran, Wonosobo
Nomer HP : 0821 3864 0834
Email : milaokviannisa@gmail.com



PENDIDIKAN

2000 – 2006 : SD Negeri 05 Wonosobo
2006 – 2009 : SMP Negeri 01 Wonosobo
2009 – 2012 : SMA Negeri 02 Wonosobo
2012 – Sekarang : Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

PENGALAMAN ORGANISASI

- Badan Eksekutif Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Senat Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
- Gerakan Pemuda Melawan Korupsi (GPMK)
- Saya, Perempuan Anti Korupsi (SPAK)
- Perempuan Indonesia Anti Korupsi Yogyakarta (PIA)
- Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta