



**Pengaruh Media Komunikasi Komisi Pemberantasan Korupsi  
(KPK) terhadap Persepsi Korupsi**

*Studi Kasus Website dan Media Sosial Instagram KPK terhadap Kelompok  
Pekerja*

**TESIS**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
Gelar Magister dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Yusuf Kurniadi

NIM 215121020

**PROGRAM STUDI MAGISTER KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS PARAMADINA**

**JAKARTA**

**2019**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tesis yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar magister merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam tesis ini.

Jakarta, 16 Januari 2019

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Yusuf Kurniadi', written in a cursive style.

Yusuf Kurniadi

NIM : 215121020

## LEMBAR PENGESAHAN

Tesis yang berjudul :

### **PENGARUH MEDIA KOMUNIASI KOMISI PEMBERANTASAN KORUPSI (KPK) TERHADAP PERSEPSI KORUPSI**

Studi Kasus Website dan Media Sosial Instagram KPK terhadap Kelompok  
Pekerja

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 16 Januari 2019

Waktu : 15.00 – 17.30 WIB

Oleh :

Nama : Yusuf Kurniadi

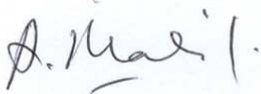
NIM : 215121020

Dewan Penguji :

Ketua Penguji : Dr. Rini Sudarmanti

(  )

Penguji 1 : Abdul Malik Gismar, Ph.D

(  )

Pembimbing : Putut Widjanarko, Ph.D

(  )

## Abstrak

PGSC | Corcomm | 2015  
Yusuf Kurniadi | 215121020

### **Pengaruh Media Komunikasi Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) terhadap Persepsi Korupsi**

Studi Kasus Website dan Media Sosial Instagram KPK terhadap Kelompok Pekerja

113 halaman, 24 tabel, 24 gambar, 5 lampiran

Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) merupakan komisi yang dibentuk pemerintah secara khusus dalam upaya pemberantasan korupsi di Indonesia. Segala upaya dilakukan untuk itu seperti tindakan kuratif dengan mengetengahkan penegakan hukum kepada pelaku tindak pidana korupsi, serta tindakan preventif yang mengetengahkan upaya pemberantasan korupsi sebelum tindak pidana korupsi dilakukan dengan program pendidikan, sosialisasi dan penyebaran informasi kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai media komunikasi.

Untuk mengetahui efektifitas media komunikasi yang dibangun oleh KPK, dalam tesis ini diteliti apakah media komunikasi KPK berupa website dan media sosial instagram mempunyai pengaruh terhadap persepsi korupsi masyarakat, hal ini menjadi penting karena perbaikan persepsi korupsi masyarakat menjadi salah satu indikator keberhasilan pemberantasan korupsi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode penelitian quasi eksperimen *one group pretest-posttest design* terhadap populasi yang dianggap mampu memberi pengaruh yaitu kelompok pekerja. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dua kali yaitu sebelum *treatment* (O1) disebut pretest, dan sesudah *treatment* (O2) disebut dengan posttest.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media komunikasi KPK berupa website dan media sosial Instagram memiliki pengaruh positif terhadap persepsi korupsi target komunikasinya, yaitu kelompok pekerja. Hal ini bisa dilihat dari hasil perhitungan kelompok pekerja didapatkan Angka mean pretest dari jumlah responden 34 adalah 37.1765 dengan standar deviasi 2.56398 dan standar error mean 0.43972, sedangkan untuk posttest dengan jumlah responden 34 adalah 38.2941 dengan standar deviasi 3.20539 dan standar error mean 0.54972, hal ini bisa diartikan bahwa angka mean pretest kelompok pekerja naik dari 37.1765 ke 38.2941 atau ada perbedaan (1.12) dibanding dengan hasil Posttest.

**Kata kunci :** Website, Instagram KPK, Persepsi Korupsi, Kelompok Pekerja

Daftar Pustaka : 61, 1990-2018

## **Abstract**

PGSC | Corcomm | 2015  
Yusuf Kurniadi | 215121020

### ***Influence of the Media Communication Corruption Eradication Commission (KPK) on Corruption Perceptions***

*Case Study of KPK Website and Social Media Instagram to Workers' Groups*

*113 pages, 24 tables, 24 pictures, 5 attachments*

*The Corruption Eradication Commission (KPK) is a commission formed by the Indonesian government specifically in an effort to eradicate corruption in Indonesia. All efforts are made for it such as curative actions by presenting law enforcement to perpetrators of corruption, as well as preventive actions that address efforts to eradicate corruption before criminal acts of corruption are carried out with educational programs, information dissemination and dissemination of information to the public using various communication media.*

*To find out the effectiveness of the communication media built by the KPK, in this thesis it was examined whether the KPK communication media in the form of websites and social media instagram had an influence on people's perceptions of corruption, this was important because improving perceptions of community corruption was one indicator of the success of corruption eradication.*

*The method used in this study with the one group pretest-posttest design quasi-experimental research method on the population that is considered capable of influencing is the group of workers. Observations in this study were conducted twice, namely before treatment (O1) called pretest, and after treatment (O2) called posttest.*

*The results of this study indicate that the KPK's communication media in the form of websites and social media Instagram have a positive influence on the perception of corruption in their communication targets, namely groups of workers. This can be seen from the results of the calculation of the group of workers obtained by the average number of pretest with the number of respondents 34 is 37.1765 with a standard deviation of 2.56398 and a standard error average of 0.43972. Whereas for posttest with the number of respondents 34 is 38.2941 with standard deviation of 3.20539 and standard error averaging 0.54972, this can be interpreted that the average number of pretest groups of workers rose from 37.1765 to 38.2941 or there was a difference (1.12) compared to the Posttest results.*

**Keywords :** *Website, Instagram, KPK, Corruption Perception, Worker's Group*  
**Bibliography:** *61, 1990-2018*

## **Kata Pengantar**

Puji syukur kehadirat Alloh SWT, karena rahmat dan karunia-Nya lah Penulis dapat menyelesaikan laporan tesis ini, yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister pada bidang Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina.

Tentunya dalam penyelesaian laporan tesis ini ada banyak pihak yang telah membantu dari awal penyusunan sampai akhirnya Tesis ini diselesaikan, oleh karena itu Penulis dalam kesempatan ini menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggitingginya kepada;

1. Bapak Putut Wijanarko, Ph.D selaku pembimbing yang sedemikian sabar dalam membimbing dan memberikan pencerahan yang luar biasa kepada penulis.
2. Bapak Handrix Chris Haryanto, MA Ketua Program Studi Psikologi Universitas Paramadina yang bersedia untuk menjadi konsultan dalam penelitian ini.
3. Ibu Tia Rahmania, M.Psi., Dekan Fakultas Filsafat dan Peradaban Universitas Paramadina dan Ibu Asriana Issa Sofia, MA, Dosen Tetap Prodi Hubungan Internasional Universitas Paramadina yan juga telah 10 tahun mengajar Pendidikan Antikorupsi sebagai expert judgement dalam penelitian ini.
4. Bapak Abdul Malik Gismar, Ph.D yang banyak memberikan masukan dan arahan tentang penelitian eksperimen serta semangat.
5. Bapak Teguh Adhi Arianto, S.Kom, MT, Kepala Pusdatin, Sekjen Kementerian Perindustrian RI dan Bapak Arif Tito Haryadi Humas Universitas Paramadina yang telah bersedia diwawancarai sebagai expert Teknologi Informasi
6. Pak Noel, Bu Hene, Bu Ira, Mas Arif dan teman-teman dosen lain di Prodi Desain Produk yang selalu memberikan semangat.
7. Ibu Lia Stikes Bani Saleh dan Ibu Endah Dwi dari Universitas Negeri Jember yang membantu dalam penyebaran questioner serta mahasiswanya yang berpartisipasi dalam pretest, eksperimentasi dan posttest
8. Teman-teman UP2 Kementerian Perindustrian yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

9. Mahasiswa dan Staf Universitas Paramadina yang terlibat dalam penelitian ini yang tidak bisa saya sebut satu persatu.
10. Teman-teman alumni SMABA 89 yang bersedia terlibat dalam penelitian ini.
11. Teman-teman HDMI yang bersedia terlibat dalam penelitian ini.
12. Teman-teman mahasiswa PGSC Magister Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina yang selalu memberikan supportnya.
13. Yang terakhir dan tidak kalah pentingnya adalah Sukarmini, istriku, yang tanpa kenal lelah terus memberikan dorongan dan motivasi menyelesaikan Tesis, serta anak-anakku Faza, Kaia dan Makaio yang tak henti-hentinya menjadi inspirasi.

Tentunya tidak ada gading yang tak retak, Tesis ini mungkin masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu segala bentuk kritik dan masukan yang konstruktif akan sangat bermanfaat untuk perbaikan penelitian ini di masa mendatang. Akhirnya semoga hasil penelitian tesis ini memberikan manfaat, khususnya bagi Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dalam upayanya memberantas korupsi di Indonesia dan umumnya bagi masyarakat untuk bisa turut serta didalamnya dengan mengakses media komunikasi KPK yang ada dan siapa saja yang bisa mengambil manfaat dari tesis ini, amien.

Jakarta, 16 Januari 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x

## BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Identifikasi Masalah	5
1.3	Rumusan Masalah	5
1.4	Batasan Masalah	6
1.5	Tujuan Penelitian	6
1.6	Manfaat Penelitian	6
1.7	Sistematika Penulisan	7

## BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Penelitian Terdahulu	9
-----	----------------------	---



2.2	Tinjauan Persepsi	9
	2.2.1 Pengertian Persepsi	10
	2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	11
	2.2.3 Aspek Persepsi	15
	2.2.4 Jenis-jenis Persepsi	16
	2.2.5 Proses Persepsi	16
	2.2.6 Persepsi Korupsi	17
2.3	Korupsi dan Antikorupsi	21
	2.3.1 Definisi Korupsi Menurut Undang-Undang	21
	2.3.2 Jenis Tindak Pidana Korupsi Menurut Undang-Undang	21
	2.3.3 Perilaku Koruptif	23
	2.3.4 Antikorupsi	24
	2.3.5 Upaya Pemberantasan Korupsi	26
2.4	Media Massa dan Efek Terpaan Media Massa	30
	2.4.1 Media Massa	30
	2.4.2 Efek Terpaan Media Massa	31
2.5	Media Baru	37
	2.5.1 Website	37
	2.5.2 Media Sosial	42
2.6	Alur Berpikir	51

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	48
3.2	Metoda Quasi Eksperimen (Eksperimen Semu)	50

3.2.1	Definisi Quasi Eksperimen	50
3.2.2	Tujuan Quasi Eksperimen	51
3.2.3	Langkah-langkah Eksperimen	51
3.2.4	Desain Quasi Eksperimen	52
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	55
3.3.1	Populasi	55
3.3.2	Sampel Penelitian	56
3.4	Variabel Penelitian	57
3.4.1	Definisi Operasional	58
3.4.2	Proses Pembuatan Instrumen Penelitian	59
3.5	Teknik Pengumpulan Data	69
3.6	Prosedur Pretest – Treatment - Posttest	70

#### BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	Jenis Media Komunikasi KPK	75
4.1.1	Website	75
4.1.2	Perpustakaan	78
4.1.3	Media Sosial	78
4.1.4	Majalah Integrito	81
4.1.5	Kanal KPK Radio dan Kanal KPK TV	82
4.2	Hasil Penelitian	83
4.2.1	Hasil Pretest	83
4.2.2	<i>Treatment</i>	88
4.2.3	Hasil Posttest	93

4.3	Hasil Pertanyaan Umum Tentang Keberadaan dan Penggunaan Media Komunikasi KPK	97
4.4	Hasil Wawancara <i>Expert</i> Teknologi Informasi	99
4.4.1	Media Website KPK	100
4.4.2	Media Sosial InstaGram KPK	110
4.5	Pembahasan Penelitian	105

## BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

5.1	Kesimpulan	109
5.2	Saran	112

DAFTAR PUSTAKA	xi
----------------	----

LAMPIRAN	xvi
----------	-----

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Model Desain Eksperimen One Group Pretest – Posttest Design	II-49
Tabel 3.2	Tabel Eksperimen One Group Pretest – Posttest Design Sampel Pekerja	II-49
Tabel 3.3	Model Desain Eksperimen Non-Equivalent Control Group Design	II-53
Tabel 3.4	Model Desain Eksperimen Non-Equivalent Control Group Design	III-53
Tabel 3.5	Model Desain Eksperimen Control Time Series Design	III-54
Tabel 3.6	Kelompok Eksperimen/Intervensi	III-57
Tabel 3.7	Subjek Penelitian Kategori Pekerja	III-57
Tabel 3.8	Tabel Item Pertanyaan Aspek Kognitif, Afektif dan Konatif berdasarkan Validitas <i>Face Validity</i>	III-61
Tabel 3.9	Hasil Uji 1 dan Uji 2 Variabel Item	III-66
Tabel 3.10	Tabel Perbaikan Item Pertanyaan Pretest	III-67
Tabel 3.11	Prosedur Penelitian	III-70
Tabel 4.1	Hasil Total Variance Explained Analisis 3	IV-86
Tabel 4.2	Hasil Analisis CFA Kelompok Pekerja	IV-88
Tabel 4.3	Hasil Total Variance Explained Analisis 5	IV-89
Tabel 4.4	Hasil Rotated Component Matrix Converged in 5 Iterations	IV-89
Tabel 4.5	Tabel Pertanyaan Post-test Dari Hasil Analisis CFA Kelompok Pekerja	IV-90
Tabel 4.8	Tabel Instruksi Eksperimentasi	IV-92
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas Posttest Kelompok Pekerja	IV-104
Tabel 4.8	Hasil Paired Samples Statistics Posttest Kelompok Pekerja	IV-105
Tabel 4.9	Hasil Paired Samples Correlations Posttest Kelompok	IV-105

Pekerja

Tabel 4.10	Hasil Paired Samples Test Posttest Kelompok Pekerja	IV-106
Tabel 4.11	Hasil K-S Test Pretest-Posttest Kelompok Pekerja	IV-106
Tabel 4.12	Hasil Wilcoxon Signed Rank Test Pretest-Posttest Kelompok Pekerja	IV-107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Halaman muka website KPK	I-2
Gambar 1.2	Instagram resmi KPK	I-3
Gambar 1.3	Pengguna Internet di Indonesia per Januari 2018	I-5
Gambar 1.4	Pengguna Media Sosial di Indonesia per Januari 2018	I-6
Gambar 2.1	Sosial Media Honeycomb	II-42
Gambar 2.2	Skema Alur Berpikir	II-47
Gambar 4.1	Halaman Awal Website KPK	IV-78
Gambar 4.2	Halaman Muka Website KPK	IV-75
Gambar 4.3	Laman website Anti-Corruption Clearing House (ACCH)	IV-75
Gambar 4.4	Perpustakaan KPK	IV-78
Gambar 4.5	Media Sosial Instagram KPK	IV-79
Gambar 4.6	Facebook KPK	IV-80
Gambar 4.7	Twitter KPK	IV-81
Gambar 4.8	Majalah Integrito	IV-82
Gambar 4.9	Pengetahuan Tentang Keberadaan Website KPK kelompok Pekerja	IV-92
Gambar 4.10	Pengetahuan Tentang Keberadaan InstaGram KPK kelompok Pekerja	IV-97
Gambar 4.11	Statistik Tentang Penggunaan Website KPK kelompok Pekerja	IV-97
Gambar 4.12	Statistik Tentang Penggunaan Website KPK kelompok Pekerja	IV-98

Gambar 4.13	Wawancara dan Diskusi dengan Ahli IT	IV-99
Gambar 4.14	Analisis Halaman Awal Website KPK <a href="http://www.kpk.go.id">www.kpk.go.id</a>	IV-100
Gambar 4.15	Analisis Halaman Muka Website KPK <a href="http://www.kpk.go.id">www.kpk.go.id</a>	IV-101
Gambar 4.16	Analisis Halaman Awal Website KPK <a href="http://www.acch.kpk.go.id">www.acch.kpk.go.id</a>	IV-102

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar responden kelompok pekerja	xvi
Lampiran 2	Lembar Treatment	xviii
Lampiran 3	Reability Statistic 1	xx
Lampiran 4	Reability Statistic 2	xxv
Lampiran 5	Tabel Pertanyaan Posttest	xxvii



# **Bab I**

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Upaya pemberantasan tindak pidana korupsi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia sampai saat ini masih terus bergulir, walaupun berbagai strategi telah dilakukan, tetapi perbuatan korupsi masih tetap saja merebak di berbagai sektor kehidupan. Korupsi yang terjadi sampai saat ini diperkirakan berpotensi besar merugikan keuangan dan perekonomian Indonesia, anggaran yang tidak sampai kepada sasaran pembangunan diperkirakan mencapai trilyunan rupiah setiap tahunnya.

Langkah awal dan mendasar untuk menghadapi dan memberantas segala bentuk korupsi secara masif diawali pada tahun 1999 yaitu Undang-Undang No.28 tentang Penyelenggaraan Negara Yang Bersih dan Bebas Dari KKN yang selanjutnya adalah dengan memperkuat landasan hukum tersebut yang dengan Undang-Undang Nomor 31 Tahun 1999 yang dirubah dan ditambah dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2001 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi.

Hingga akhirnya terbit Undang-Undang No.30 Tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi sebagai dasar hukum pendirian Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Upaya pembentukan dasar hukum ini bertambah kuat dengan diratifikasinya Undang-Undang No. 25 Tahun 2003 Tentang Perubahan Atas UU No. 15 Tahun 2002 Tentang Tindak Pidana Pencucian Uang.

KPK diberi amanat melakukan pemberantasan korupsi secara profesional, intensif, dan berkesinambungan. KPK merupakan lembaga negara yang bersifat independen, yang dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya bebas dari kekuasaan manapun.

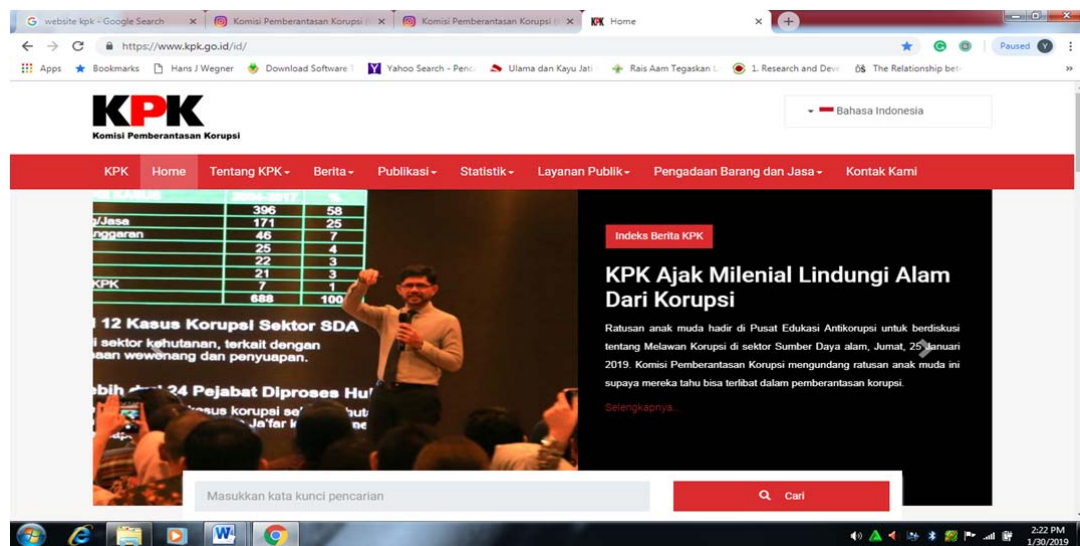
KPK dipimpin oleh Pimpinan KPK yang terdiri atas lima orang, seorang ketua merangkap anggota dan empat orang wakil ketua merangkap anggota. Pimpinan KPK memegang jabatan selama empat tahun dan dapat dipilih kembali hanya untuk

sekali masa jabatan. Dalam pengambilan keputusan, pimpinan KPK bersifat kolektif kolegial.

Pimpinan KPK membawahkan empat bidang, yang terdiri atas bidang Pencegahan, Penindakan, Informasi dan Data, serta Pengawasan Internal dan Pengaduan Masyarakat. Masing-masing bidang tersebut dipimpin oleh seorang deputi. KPK juga dibantu Sekretariat Jenderal yang dipimpin seorang Sekretaris Jenderal yang diangkat dan diberhentikan oleh Presiden Republik Indonesia, namun bertanggung jawab kepada pimpinan KPK.

Selain melakukan upaya penindakan, KPK dalam melakukan upaya pemberantasan korupsi melakukan tindakan pencegahan atau tindakan preventif yang menyetengahkan upaya pemberantasan korupsi sebelum tindak pidana korupsi dilakukan dengan program pendidikan, sosialisasi dan penyebaran informasi kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai media komunikasi.

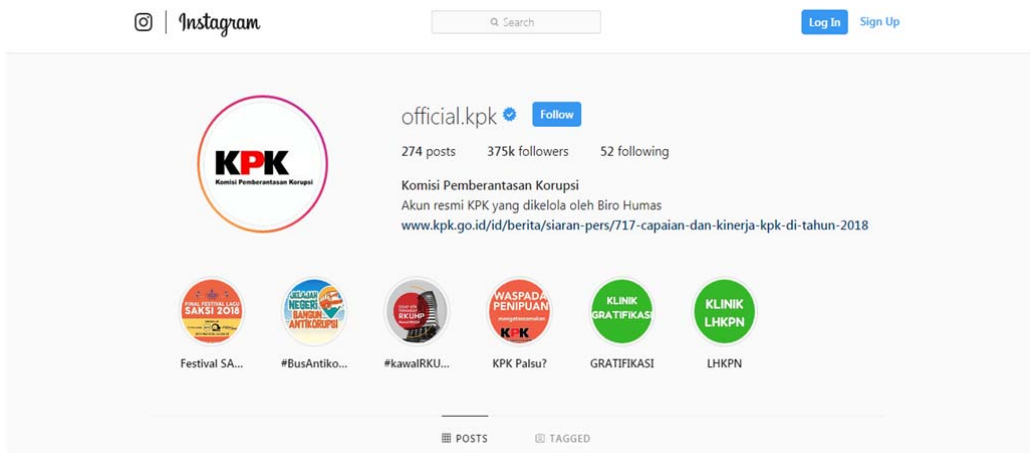
Upaya pemberantasan korupsi secara preventif merupakan upaya pemberantasan korupsi yang memerlukan waktu yang panjang, terukur dan terus menerus sampai masyarakat memahami dan pada akhirnya tidak melakukan tindak pidana korupsi pada suatu saat. Keuntungan dari upaya preventif ini adalah relatif ekonomis dalam pembiayaan dan bisa melibatkan hampir semua khalayak masyarakat untuk berpartisipasi. Jelas disini bahwa partisipasi masyarakat menjadi sangat penting.



Gambar 1.1 : halaman muka website KPK

Sumber : <https://www.kpk.go.id>

Untuk memberikan pemahaman yang baik kepada masyarakat upaya yang sudah dilakukan oleh KPK salah satunya adalah dengan membangun media komunikasi yaitu website yang berisi berbagai informasi tentang korupsi dan antikorupsi dari definisi hingga kejadian-kejadian yang terkini dan media sosial yang salah satunya adalah Instagram (IG) yang bisa langsung diakses secara timbal balik oleh masyarakat. Sampai saat ini Instagram KPK yang berdomain *official.kpk* telah memposting 274 postingan yang berhubungan dengan isu-isu korupsi diberbagai sektor seperti korupsi di sektor kesehatan, kehutanan dan sebagainya. Selain itu ada juga tentang UU Tipikor, LHKPN, Strategi Nasional dan sebagainya. Sampai saat ini *official.kpk* sudah di *follow* oleh 375.000 pengguna.



Gambar 1.2: instagram resmi KPK

Sumber : official.kpk

Diharapkan ragam media komunikasi ini bisa menyebarkan informasi tentang korupsi, memberi pengetahuan tentang bahaya korupsi, pengetahuan tentang menghindari tindak pidana korupsi, Undang-Undang dan hukum tentang tindak pidana korupsi, peristiwa korupsi dan sikap antikorupsi kepada masyarakat sehingga upaya pemberantasan korupsi bisa dilakukan dengan baik, efektif dan efisien.

Pemahaman yang baik tentang tindak pidana korupsi ini diharapkan akan mendorong partisipasi masyarakat untuk menolak atau tidak terlibat dalam tindak pidana korupsi, khususnya yang bekerja pada sektor pemerintahan dan birokrasi. Kondisi ini diharapkan menekan tindak pidana korupsi yang akan terjadi dan disisi

lain tentunya akan meningkatkan indeks persepsi korupsi di Indonesia yang akhir-akhir ini mempunyai kecenderungan membaik. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat persepsi korupsi ini, antara lain kepastian hukum, pelayanan publik, kemudahan berbisnis serta sepak terjang elit politik dalam sebuah negara. Rilis *Transparency International* tentang tingkat Indeks Persepsi Korupsi (*Corruption Perception Index*) tahun 2017 menempatkan Indonesia di peringkat 96 dari 180 negara-negara yang disurvei. Peringkat tahun 2017 ini terhitung menurun dari indeks tahun 2016 yaitu peringkat 90, namun Indonesia memperoleh skor Indeks Persepsi Korupsi 37 sama dengan tahun sebelumnya (TII, 2017).

Indeks Persepsi Korupsi ini menjadi penting pada saat ini karena sangat erat hubungannya dengan peningkatan atau penurunan investasi Penanaman Modal Asing (PMA), dimana semakin tinggi nilai Indeks Persepsi Korupsi suatu negara, PMA juga akan semakin tinggi nilainya. Indeks Persepsi Korupsi yang rendah akan menurunkan minat investor asing untuk berinvestasi disuatu negara, mereka sulit memprediksi biaya dan rencana investasi karena adanya biaya tambahan diluar biaya resmi yang harus dibayar hingga menjadikan ekonomi biaya tinggi (Harrison, 2005).

Saat ini kita telah masuk ke era digital, dimana penggunaan piranti nirkabel dan internet sudah memasuki sendi-sendi kehidupan masyarakat mulai untuk penggunaan pribadi, sekolah dan pendidikan, kebutuhan manajemen perusahaan bahkan sampai ke pengelolaan manajemen pemerintahan, hal ini mendorong terjadinya peningkatan penggunaan internet di seluruh dunia. Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan akan mencapai 3 miliar orang pada 2015, dan diperkirakan akan terus meningkat sehingga diperkirakan pada 2018 pengguna internet akan menjadi 3,6 miliar orang di seluruh dunia mengakses internet setidaknya sekali tiap satu bulan (kompas.com, 2017).

Dari data yang didapat dari kominfo, "Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkat, Kominfo Terus Lakukan Percepatan Pembangunan *Broadband*", (kominfo.go.id.19 Februari 2018. 23 Oktober 2018), jumlah pengguna internet tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 % dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa dari hasil

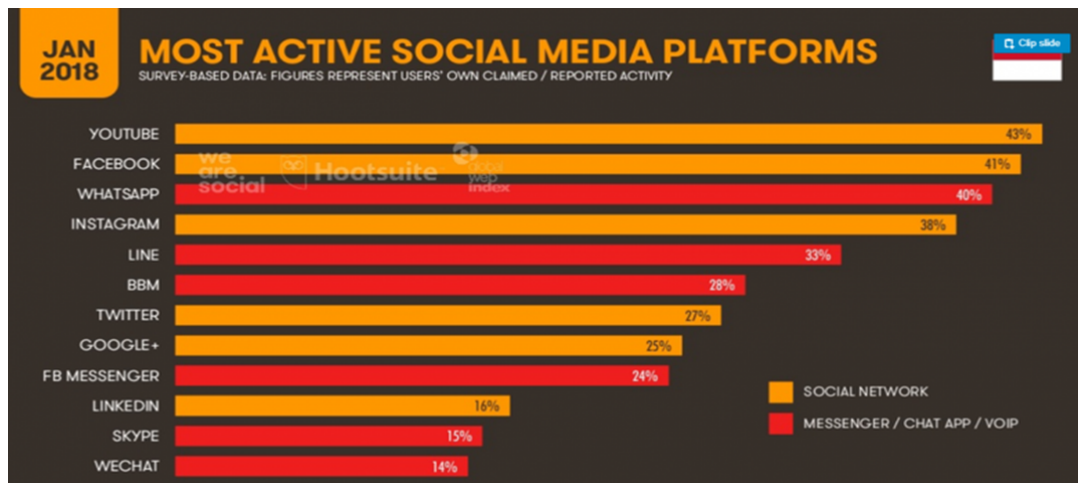
survei pada tahun 2016. Dengan jumlah ini Indonesia akan menduduki peringkat ke-6 dunia dan di Asia akan menempati posisi ke-4. Adapun komposisi pengguna internet berdasarkan jenis kelamin, terdiri dari perempuan sebanyak 48,57 %, dan lelaki sebanyak 51,43 %. Untuk komposisi berdasarkan usia, angka terbesar ditunjukkan oleh masyarakat berumur 19 - 34, yakni sebesar 49,52 %. Namun untuk penetrasi terbesar berada pada umur 13-18, yakni sebesar 75,50 %. Dari jumlah 143,26 juta pengguna internet tersebut tercatat pengguna media sosial aktif mencapai 130 juta dan yang menggunakan media sosial dengan telepon selular meningkat menjadi 120 juta pengguna. Ini merupakan jumlah yang sangat besar dengan perbandingan hampir 50% penduduk Indonesia yang berjumlah 262 juta jiwa.



Gambar 1.1: Pengguna Internet di Indonesia per Januari 2018

Sumber : [www.digitalreport.wearesocial.com](http://www.digitalreport.wearesocial.com)

Sedangkan untuk penggunaan media sosial di Indonesia, Instagram (IG) menduduki peringkat ke-4 setelah *youtube*, *facebook* dan *whatsapp* atau 38% dari seluruh media sosial yang ada.



Gambar 1.2 : Pengguna Media Sosial di Indonesia per Januari 2018

Sumber : [www.digitalreport.wearesocial.com](http://www.digitalreport.wearesocial.com)

Instagram merupakan *platform* media sosial dengan jumlah penggunanya terus meningkat di dunia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, Instagram digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Total pengguna Instagram di dunia mencapai angka 800 juta pada Januari 2018. Pengguna aktif Instagram terbesar berasal dari Amerika Serikat sebanyak 110 juta. Disusul Brasil dengan 57 juta pengguna aktif dan Indonesia berada di urutan ketiga dengan 55 juta, seperti yang dituliskan oleh Fatimah Kartini Bohang, "Berapa pengguna instagram di Indonesia". (tekno.kompas.com. 21 Juni 2018. 23 Oktober 2018).

Hal ini merupakan suatu potensi yang sangat besar bagi KPK dalam upaya pemberantasan korupsi di Indonesia secara preventif dengan menggunakan media berbasis internet, semakin besar pengguna internet maka akan semakin besar pula kesempatan untuk menyebarkan informasi berbagai hal tentang korupsi dan antikorupsi kepada masyarakat. Seperti yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm tentang efek media adalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa tersebut. Efek media juga diartikan sebagai dampak dari kehadiran sosial yang dimiliki media, yang menyebabkan perubahan pengetahuan, sikap dan tingkah laku manusia, akibat terpaan media (Schramm, 1990).

Berkembangnya teknologi media massa dalam menyampaikan informasi dan hiburan, maka manusia tak akan pernah bisa lepas dari pengaruh media massa

tersebut. Setiap hari, otak manusia selalu dipenuhi oleh informasi yang disampaikan.

Oleh sebab itulah diperlukan media komunikasi yang efektif bisa menjangkau khalayak target sehingga upaya preventif pemberantasan korupsi bisa dilakukan. KPK sendiri telah membangun media komunikasi berbasis internet tersebut, namun sesuatu yang belum diketahui adalah efektifitas pembangunan media komunikasi tersebut terhadap pemahaman dan upaya membangun persepsi masyarakat terhadap korupsi. Efektifitas ini penting agar media komunikasi KPK tersebut mampu memberikan kontribusi terhadap pemberantasan korupsi yang terjadi di tanah air yang sepertinya tidak henti-hentinya terjadi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektifitas media komunikasi dan pengaruhnya terhadap persepsi korupsi, yaitu media website dan media sosial Instagram yang telah dibangun oleh KPK selama ini terhadap khalayak sasarannya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas, selanjutnya rumusan masalah yang muncul adalah;

1. Apakah upaya pembangunan media komunikasi KPK berupa website dan media sosial instagram diketahui dengan baik oleh masyarakat
2. Apakah isi dan pesan media komunikasi KPK berupa website dan media sosial instagram dapat dimengerti dan dipahami oleh masyarakat dalam upaya pemberantasan korupsi ?
3. Apakah upaya pembangunan media komunikasi KPK berupa website dan media sosial instaGram sesuai dengan target komunikannya?
4. Sejauh mana pengaruh website dan media sosial KPK dalam membangun pemahaman dan persepsi masyarakat pada upaya pemberantasan korupsi?
5. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting tentang website dan media sosial KPK sehingga bisa menjadi rujukan penting dalam upaya pemberantasan korupsi?

### **1.3 Perumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, selanjutnya rumusan pernyataan masalahnya (*problem statement*) adalah; “Bagaimana tingkat efektifitas media komunikasi berupa website dan media sosial instagram yang dibangun oleh KPK terhadap pemahaman serta persepsi korupsi masyarakat dalam upaya pemberantasan korupsi”.

### **1.4 Batasan Permasalahan**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah tentang media komunikasi yang dipergunakan oleh KPK yang berupa website dan media sosial instagram dan kelompok pekerja.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah;

1. Untuk mengetahui efektifitas media komunikasi KPK berupa website dan media sosial instagram KPK dalam membangun pemahaman dan persepsi korupsi masyarakat.
2. Untuk mengetahui sejauh mana pembangunan website dan media sosial KPK terhadap pemahaman dan persepsi korupsi masyarakat.
3. Sejauh mana website dan media sosial KPK dipergunakan oleh masyarakat untuk membangun pemahaman dan persepsi korupsi.
4. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang penting mengenai website dan media sosial KPK sehingga menjadi rujukan penting masyarakat dalam upaya pemberantasan korupsi.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini dilakukan adalah;

1. Bagi Universitas Paramadina, sebagai masukan kepada KPK atas hasil penelitian tentang efektifitas media komunikasi yang dibangun oleh KPK,



sekaligus meneguhkan komitmen yang kuat Universitas Paramadina terhadap upaya pemberantasan korupsi di Indonesia.

2. Bagi Peneliti, untuk memperluas wawasan tentang bagaimana mengetahui efektifitas dan seberapa besar kesenjangan yang terjadi mengetahui mengapa hal tersebut bisa terjadi.
3. Bagi KPK adalah untuk bisa mengevaluasi website dan media sosial yang sudah dibangun dan memperbaiki kekurangannya.
4. Bagi Ilmu Pengetahuan, adalah untuk menambah perspektif penelitian, khususnya yang menyangkut masalah analisis efektifitas program penanggulangan korupsi khususnya pembangunan portal website dan media sosial KPK.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Berikut ini adalah sistematika penulisan laporan penelitian yang terarah agar mendapatkan kesimpulan yang benar, yaitu :

- 1) BAB I PENDAHULUAN, yaitu berisikan tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, batasan masalah, metode penelitian, lokasi serta sistematika penulisan.
- 2) BAB II LANDASAN TEORI, berisikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas untuk mendapatkan data yang lebih mudah diolah dan terstruktur
- 3) BAB III METODOLOGI PENELITIAN, dalam bab ini berisikan uraian dan susunan (flow chart) yang menggambarkan cara pemecahan masalah dalam penelitian ini.
- 4) BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA, berisikan tentang data yang telah didapat dari hasil kegiatan penelitian yang dilanjutkan dengan pengolahan data
- 5) BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, berisikan tentang kesimpulan dari seluruh proses yang dilakukan, serta saran-saran yang bisa dilakukan sebagai tindak lanjut dari penelitian ini.

## Bab II

### Landasan Teori

#### 2.1 Penelitian Tentang Media Komunikasi KPK Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan Penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, tidak ditemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian ataupun tema yang dilakukan Penulis. Namun dalam hal ini ada beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis.

Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

- a) Judul Penelitian : “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Kampanye Antikorupsi KPK”

Nama Peneliti : Rosidah, Amia Luthfia, Wira Respati

Tahun Penelitian : 2014

Media Publikasi : *Academic Journals Binus University*

Dari penelitian ini didapatkan bahwa prinsip-prinsip dasar *Integrated Marketing Communications* (IMC) telah dilakukan pada kampanye antikorupsi, yaitu *customer-focus* dan *tailor-made*, menggunakan *customer-focus* dan *tailor-made*, menggunakan berbagai alat-alat promosi, bersinergi, membangun hubungan dengan masyarakat dan mempengaruhi perilaku masyarakat.

Perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti saat ini adalah bahwa penelitian yang dilakukan oleh Rosidah DKK ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *deep interview*, dan yang diteliti adalah strategi KPK dalam upaya memasarkan antikorupsi dalam kampanye sosial. Sedangkan penelitian kali ini adalah untuk mengukut efektifitas media komunikasi KPK berupa website dan media sosial instagram terhadap persepsi korupsi masyarakat (Rosidah, 2014).

b) Judul penelitian: “Peranan *e-Government* dan Media Sosial untuk Mewujudkan Budaya Transparansi dan Pemberantasan Korupsi”.

Nama peneliti : Markus H. Simarmata

Tahun Penelitian : 2017

Media Publikasi : Jurnal Integritas KPK

Dari penelitian ini dihasilkan kesimpulan bahwa sarana yang dioperasionalkan oleh piranti Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) tersebut telah digunakan oleh pemerintah Indonesia dan memberikan hasil yang memuaskan, komprehensif dan transparan. Meskipun banyak perhatian dari berbagai kalangan terhadap pengembangan *e-Government* dan media sosial, namun masih sedikit perhatian yang ditujukan pada pengembangan *e-Government* dan media sosial untuk mendorong perubahan sosial yang signifikan dalam mewujudkan transparansi.

Perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan saat ini adalah bahwa penelitian ini memaparkan dampak positif penerapan *e-Government* dan media sosial untuk menyampaikan informasi pemberantasan korupsi sehingga dapat mewujudkan budaya transparansi (KPK, Peranan *e-Government* dan Media Sosial untuk Mewujudkan Budaya Transparansi dan Pemberantasan Korupsi, 2018).

Dari hasil penelitian di atas bisa disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan pada saat ini adalah penelitian yang belum pernah dilakukan sebelumnya, dimana penelitian sebelumnya tidak bertujuan untuk mengukur efektifitas media komunikasi yang digunakan oleh KPK berupa website dan media sosial instagram terhadap persepsi korupsi.

## **2.2 Tinjauan Persepsi**

### **2.2.1 Pengertian Persepsi**

Dalam bukunya yang berjudul Psikologi Komunikasi, Jalaludin Rachmat, mengatakan bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang objek, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Jalaludin

juga menambahkan bahwa persepsi memberikan makna pada stimulus indrawi (Rakhmat, 2003).

Ada pula pendapat lain yang dikemukakan oleh Bimo Walgito (2002) yang menyatakan bahwa persepsi adalah proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap rangsang yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu. Karena merupakan aktivitas yang terintegrasi, maka seluruh pribadi, seluruh apa yang ada dalam diri individu aktif berperan dalam persepsi itu

Davidoff dalam Bimo Walgito, menyatakan bahwa persepsi merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu, maka apa yang ada dalam diri individu akan ikut aktif dalam persepsi. Maka dalam persepsi dapat dikemukakan karena perasaan, kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman individu tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antara individu satu dengan individu yang lain (Walgito, 2002).

Berdasarkan definisi para ahli maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa persepsi adalah proses pengorganisasian dan interpretasi dari stimulus yang diterima, baik berupa rangsangan atau informasi serta pesan yang diterima dan di rasakan oleh panca indera manusia. Persepsi bukan hanya sebatas pada penginderaan terhadap obyek atau lingkungan saja akan tetapi lebih luas seseorang yang mengalami atau mengamati obyek atau lingkungan yang memberikan kesan kepadanya, sehingga ia dapat memberikan suatu penilaian pandangan atau pendapat. Persepsi seseorang dapat berubah-ubah, misalnya dari baik menjadi buruk atau sebaliknya.

### **2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi**

Persepsi setiap manusia terhadap suatu stimulus beragam dikarenakan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi ada dua faktor yaitu; 1) eksternal, yaitu faktor yang berasal dari stimulus atau dari luar individu yang terdiri dari intensitas atau kekuatan stimulus, ukuran stimulus, perubahan stimulus, ulangan dari stimulus, dan 2) internal, yaitu pertentangan atau kontras serta faktor individu yang terdiri dari sifat struktural dan sifat temporer individu, dan aktivitas yang sedang berjalan pada individu (Walgito, 2002).

Sedangkan menurut Gibson (dalam Jenny, 2012) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi ada dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

- a. Faktor Internal, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain: 1) Fisiologis, yaitu informasi masuk melalui alat indera, 2) Perhatian, perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek. 3) Minat, persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakkan untuk mempersepsi. 4) Kebutuhan yang searah, faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya. 5) Pengalaman dan ingatan, hal ini tergantung pada ingatan seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas. 6) Suasana hati, yaitu keadaan emosi (mood) yang mempengaruhi perilaku seseorang.

- b. Faktor Eksternal

Faktor ini digunakan untuk obyek yang dipersepsikan atas orang dan keadaan, intensitas rangsangan, lingkungan, kekuatan rangsangan akan turut menentukan didasari atau tidaknya rangsangan tersebut, faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah: 1) Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. 2) Warna dari obyek-obyek. 3) Keunikan dan kontrasan stimulus. 4) Intensitas dan kekuatan dari stimulus, dimana kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi. 5) Motion atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam (Jenny, 2012).

Pendapat lain diungkapkan oleh Thoha (2004) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan persepsi seseorang adalah ;

- 1) Psikologi. Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu di alam dunia ini sangat dipengaruhi oleh keadaan psikologi. Contoh terbenamnya matahari di waktu senja yang indah temaram, akan dirasakan sebagai bayang-bayang yang kelabu bagi seorang yang buta warna

- 2) Keluarga (*Family*) . Pengaruh yang paling besar terhadap anak-anak adalah familinya Orang tua yang telah mengembangkan suatu cara yang khusus di dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi-persepsi mereka yan diturunkan kepada anaknya. Contoh orang tua yang Muhammadiyah akan mempunyai anakanak yang Muhammadiyah juga.
- 3) Kebudayaan. Kebudayaan dan lingkungan masyarakat tertentu juga merupakan salah satu faktor kuat didalam mempengaruhi sikap, nilai, dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia ini. Contoh Orang Amerika yang bebas makan daging babi, tidak begitu halnya bagi masyarakat Indonesia.

Menurut David Krech dan Cruthfield dalam Thoha terdapat dua faktor utama dalam menentukan persepsi (Thoha, 2004), yaitu:

- a. Faktor Fungsional. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman, masa lalu dan hal lainnya yang termasuk dalam faktor personal. Persepsi tidak ditentukan oleh jenis atau bentuk stimulus tetapi juga oleh karakteristik individu yang memberikan respon kepada stimuli tersebut. Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi sering disebut sebagai suatu kerangka tujuan. Awalnya konsep ini berasal dari penelitian psikofosik yang berkaitan dengan persepsi objek.

Para psikolog menerapkan konsep ini berkaitan untuk menjelaskan persepsi sosial. Faktor-faktor fungsional tersebut adalah:

- 1) Kebutuhan, yaitu kebutuhan sesaat dan kebutuhan pada diri seorang akan mempengaruhi atau menentukan persepsi. Kebutuhan yang berbeda akan menyebabkan perbedaan persepsi.
- 2) Kesiapan mental, yaitu suasana mental seseorang mempengaruhi atau menentukan persepsi seseorang.
- 3) Suasana emosi yaitu suasana emosi seseorang baik seseorang tersebut dalam keadaan sedih, bahagia, marah, kesal ataupun gelisah akan sangat mempengaruhi persepsinya terhadap suatu objek rangsangan.
- 4) Latar belakang budaya yaitu latar belakang seseorang tersebut terhadap suatu rangsangan.

b. Faktor Struktural. Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari stimulasi fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem syaraf individu. Menurut Krench dan Cruthfied seperti yang dikutip oleh Jalaludin Rahmat (2003) merumuskan dalil persepsinya yaitu:

- 1) Bahwa medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Manusia kemudian mengorganisasikan konsep tentang sebuah obyek yang diterimanya lalu menginterpretasikan konteks pertunjukannya.
- 2) Sifat-sifat perseptual dan kognitif dari sub struktur pada umumnya ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan akan memberikan efek kontras atau asimiliar terhadap substruktur.
- 3) Objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung sebagai bagian dari struktur yang sama.

Faktor-faktor fungsional dan struktural lebih menunjukkan pada kebutuhan dan pengalaman yang dialami oleh individu yang dirasakan melalui stimuli fisik atau panca indera terhadap objek tersebut.

### 2.2.3 Aspek-aspek Persepsi

Pada hakekatnya sikap, yang dalam hal ini merupakan bentukan dari persepsi, merupakan suatu interelasi dari berbagai komponen dimana komponen-komponen tersebut menurut Allport dalam Sarwono (2012) ada tiga, yaitu:

- 1) **Komponen Kognitif** yaitu komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang obyek persepsinya. Pengetahuan ini kemudian akan membentuk suatu keyakinan tertentu tentang obyek persepsi tersebut.
- 2) **Komponen afektif** yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang. Sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.
- 3) **Komponen Konatif** yaitu merupakan kesiapan seseorang untuk bertingkah laku yang berhubungan dengan obyek sikap atas persepsinya.

Pendapat yang sama pun dikemukakan oleh Baron (1997), yang menyatakan bahwa sikap itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap yaitu:

- 1) **Komponen Kognitif (Komponen perseptual).** Komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsikan terhadap obyek sikap.
- 2) **Komponen Afektif (Komponen Emosional).** Komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap obyek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.
- 3) **Komponen Konatif (Komponen perilaku atau *action component*).** Komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap obyek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap obyek sikap (Baron, 1997).

Melalui ketiga komponen inilah, orang biasanya mencoba menduga bagaimana sikap seseorang terhadap suatu keadaan yang sedang dihadapinya. Ketiga komponen sikap ini (kognitif, afektif, dan konatif) pada umumnya berhubungan erat. Namun, seringkali pengalaman “menyenangkan” atau “tidak menyenangkan” yang didapat seseorang di dalam masyarakat menyebabkan hubungan ketiga komponen itu tidak sejalan. Apabila ketiga komponen itu sejalan, maka bisa diramalkan perilaku itu menunjukkan sikap. Tetapi kalau tidak sejalan, maka dalam hal itu perilaku tidak dapat digunakan untuk mengetahui sikap.

#### **2.2.4 Jenis Persepsi**

Menurut Irwanto (2002), setelah individu melakukan interaksi dengan obyek-obyek yang di persepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Persepsi positif. Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang di teruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal itu akan di teruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap obyek yang di persepsikan.
- b. Persepsi negatif. Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan obyek yang di persepsi. Hal itu akan di teruskan dengan kepasifan atau menolak dan menentang terhadap obyek yang di persepsikan.



Dengan demikian dapat di katakan bahwa persepsi itu baik yang positif maupun yang negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Dan munculnya suatu persepsi positif ataupun persepsi negatif semua itu tergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu obyek yang dipersepsi (Irwanto, 2002).

### **2.2.5 Proses Persepsi**

Proses persepsi menurut Moenandar Soelaiman (2008), mengatakan bahwa terdapat tiga komponen utama dalam proses persepsi, yaitu:

- 1) Seleksi, yaitu proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- 2) Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang yang dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, system nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, kecerdasan dan sebagainya. Interpretasi juga tergantung kepada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi dengan mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
- 3) Reaksi, yaitu berupa interpretasi dari persepsi kemudian diwujudkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi dan pembulatan terhadap informasi yang sampai (Soelaiman, 2008).

### **2.2.6 Persepsi Korupsi**

Persepsi korupsi adalah proses pengorganisasian dan interpretasi dari stimulus yang diterima, baik berupa rangsangan atau informasi serta pesan yang diterima dan di rasakan oleh panca indera manusia tentang berbagai hal yang berhubungan dengan korupsi. Persepsi korupsi bukan hanya sebatas pada penginderaan terhadap obyek atau lingkungan saja akan tetapi lebih luas seseorang yang mengalami atau mengamati obyek atau lingkungan yang memberikan kesan kepadanya, sehingga ia dapat memberikan suatu penilaian pandangan atau pendapat. Persepsi korupsi seseorang dapat berubah-ubah, misalnya dari baik menjadi buruk atau sebaliknya.

Saat ini persepsi korupsi dalam bentuk indeks persepsi korupsi menjadi salah satu indikator suatu kelompok masyarakat atau negara rentan atau tidak terhadap tindak pidana korupsi.

Pada awalnya survei ini dilakukan oleh NGO internasional *Transparency International* yang setiap tahun merilis hasil survei Persepsi Korupsi negara-negara di seluruh dunia. Seperti yang diberitakan oleh Kompas.com tentang Rilis terbaru *Transparency International* tentang tingkat *Corruption Perception Index / Indeks Persepsi Korupsi (IPK)* menempatkan Indonesia di peringkat 96 dari 180 negara-negara yang disurvei. Peringkat tahun 2017 menurun dari IPK tahun 2016 yaitu peringkat 90, namun Indonesia mendapatkan skor IPK yang sama yaitu 37 (Rahman, 2018).

Skor IPK yang didapat oleh Indonesia membaik dari tahun 2013 dimana Indonesia mendapatkan skor 32 dan naik pada angka 37 di tahun 2018. Sebagai perbandingan, skor IPK Indonesia 37 masih sangat jauh dibanding dengan peringkat pertama IPK yaitu Selandia Baru yang mendapatkan skor di atas 88 dalam lima tahun terakhir.

#### **A. Survei Persepsi Korupsi Versi KPK**

Untuk mengetahui persepsi korupsi masyarakat Indonesia KPK juga melakukan survei terhadap persepsi korupsi. Survei Persepsi Masyarakat mengenai Korupsi yang dilakukan KPK melihat atau fokus pada empat bagian, yaitu persepsi masyarakat mengenai; A) kesadaran korupsi, B) pengetahuan mengenai korupsi, C) sikap terhadap korupsi, serta D) persepsi masyarakat terhadap kecenderungan perilaku korupsi (KPK, Laporan Survei Persepsi Masyarakat Tentang Korupsi dan KPK, 2011)

Keluaran (*Output*) dari bagian ini adalah pengukuran indeks pengetahuan masyarakat mengenai korupsi yang akan digunakan sebagai evaluasi pencapaian salah satu target bidang pencegahan KPK seperti yang disyaratkan dalam perencanaan strategis KPK.

##### **1) Kesadaran Korupsi**

Untuk mengukur kesadaran masyarakat mengenai korupsi, penelitian ini mengembangkan beberapa instrumen pertanyaan.

- a. Pertanyaan pertama, mengukur secara langsung paparan (*exposure*) kasus-kasus korupsi terhadap masyarakat untuk melihat apakah masyarakat sadar mengenai korupsi yang terjadi di sekitar mereka.
- b. Pertanyaan kedua, dilakukan untuk melihat kasus-kasus yang mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat.
- c. Pertanyaan ketiga dilakukan untuk mendapatkan gambaran persepsi masyarakat mengenai kelaziman korupsi di Indonesia.

## **2) Pengetahuan Mengenai Korupsi**

Pengetahuan responden mengenai korupsi pada penelitian ini diukur dengan menggunakan beberapa indikator, sebagai berikut;

- a. Pertama dengan melihat apakah responden dapat mengidentifikasi jenis-jenis korupsi sesuai dengan yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Kedua dengan melihat apakah responden memahami bahaya dan tingkatan dampak korupsi.
- c. Ketiga dengan melihat pengetahuan responden terhadap sektor-sektor yang menurut mereka paling parah tingkat korupsinya sehingga perlu diprioritaskan penanganannya.

## **3) Sikap Terhadap Korupsi**

Dari hasil survei KPK (2011) disebutkan bahwa definisi secara sederhana mengenai sikap adalah evaluasi terhadap konsep, produk ataupun perilaku. Evaluasi yang terbentuk memiliki arah dan nilai berupa penilaian baik atau buruk, tinggi atau rendah.

Sikap yang dinilai pada penelitian ini adalah sikap responden secara umum mengenai korupsi. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan bersifat tidak langsung di mana responden diminta untuk menilai sikap mereka terhadap perilaku korupsi. Empat pertanyaan yang diajukan mencakup apakah perbuatan-perbuatan berikut ini merupakan perbuatan yang buruk-baik (menggunakan skala Likert 1-4 dari buruk ke baik).

Berikut ini adalah contoh pertanyaan yang digunakan untuk melihat sikap, seperti;

- a. Seseorang memberikan uang tambahan di luar ketentuan resmi untuk pengurusan KTP/SIM/Paspor/dll wajar dilakukan sebagai ucapan terima kasih,
- b. Pegawai Negeri menggunakan mobil dinas di luar jam kerja tanpa ijin yang sah,
- c. Seseorang tidak keberatan memberikan sesuatu kepada petugas layanan publik agar layanan lebih cepat,
- d. Seseorang bersedia membayar sejumlah uang asal diterima di sekolah favorit/diterima sebagai PNS.

Nilai rerata yang dihasilkan kemudian dikembangkan untuk melihat arah dari sikap responden terhadap korupsi.

#### **4) Kecenderungan Perilaku Korupsi**

Untuk mengukur perilaku korupsi, survei yang dilakukan oleh KPK (2011) ini melihat kecenderungan bahwa perilaku yang akan dilakukan oleh responden (konatif). Kecenderungan perilaku yang diukur adalah perilaku positif (konstruktif) yang diharapkan dilakukan oleh responden jika mengetahui korupsi yang terjadi di sekeliling mereka.

Dalam hal ini adalah perilaku melaporkan kasus korupsi yang diketahuinya pada pihak berwenang sehingga terlihat kecenderungan responden untuk melaporkan korupsi yang terjadi di sekeliling mereka atau tidak atau juga tidak tahu atau ragu-ragu.

Berikut ini adalah contoh pertanyaan yang digunakan untuk melihat sikap, seperti;

1. apakah anda melapor kepada pihak berwajib apabila melihat tindak pidana korupsi yang ada di sekitar anda

A. Melaporkan      B. Tidak Melaporkan      c. Tidak Tahu

Respon melapor merupakan salah satu respon perilaku yang diharapkan maka penting bagi KPK untuk mendorong terjadinya perilaku ini. Mengurangi resiko dan biaya yang timbul apakah itu dengan mendorong implementasi program dan instrumen kebijakan perlindungan saksi, memudahkan akses pelaporan, dan sosialisasi terintegrasi merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk

meningkatkan probabilitas kejadian melapor (KPK, Laporan Survei Persepsi Masyarakat Tentang Korupsi dan KPK, 2011).

## **B. Survei Persepsi Korupsi Berdasarkan Aspek Persepsi**

Sampai saat ini belum ada survei Persepsi Masyarakat mengenai Korupsi yang dianggap paling sempurna dan dijadikan acuan tunggal. Sehingga dalam penelitian ini juga mempunyai maksud untuk memberikan alternatif survei persepsi korupsi yang berdasarkan kepada aspek persepsi saja, jadi belum atau tidak sampai ke perilaku (*behaviour*) karena akan mengaburkan konsep persepsi itu sendiri.

Adapun yang dimaksud korupsi dalam dalam kalimat persepsi korupsi ini adalah 1) **Korupsi secara luas** yaitu **korupsi** yang berasal dari bahasa latin *corruptio* atau *corruptus* yang mempunyai arti kebusukan, keburukan, kejahatan, ketidakjujuran, dapat disuap, tidak bermoral, penyimpangan dari kesucian, juga tentang 2) **Tindak pidana korupsi** sesuai Undang-Undang yang berarti siapa saja yang memperkaya diri sendiri, orang lain atau korporasi dengan cara melawan hukum juga tentang 3) **Perilaku koruptif**, yaitu perilaku-perilaku yang mengarah ke perbuatan korupsi namun belum masuk dalam ranah hukum, serta 4) **Antikorupsi** yaitu suatu konsep yang berlawanan dengan korupsi.

Dalam hal ini, persepsi korupsi berdasarkan aspek-aspek persepsi yang digunakan berasal dari konsep Taksonomi Bloom yang dicetuskan oleh Benjamin Bloom, seperti yang disampaikan oleh Sarwono (2012) bahwa aspek persepsi akan mengacu kepada tiga hal berikut ini, yaitu;

- 1) **Aspek Kognitif** yaitu komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang obyek sikapnya yang berhubungan dengan korupsi (korupsi, tindak pidana korupsi, perilaku koruptif dan antikorupsi). Pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang obyek tersebut.
- 2) **Aspek afektif** yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang dengan korupsi (korupsi, tindak pidana korupsi, perilaku koruptif dan antikorupsi). Sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.
- 3) **Aspek Konatif** yaitu merupakan kesiapan seseorang untuk bertingkah laku yang berhubungan dengan obyek sikapnya.

Oleh sebab itu penelitian ini juga dalam upaya untuk mengajukan sebuah konsep survey berdasarkan aspek persepsi korupsi secara utuh.

## **2.3 Korupsi dan Antikorupsi**

### **2.3.1 Definisi Korupsi Menurut Undang-Undang**

Pengertian korupsi menurut UU No 31 Tahun 1999 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi mengartikan bahwa Korupsi adalah Setiap orang yang dikategorikan melawan hukum, melakukan perbuatan memperkaya diri sendiri, menguntungkan diri sendiri atau orang lain atau suatu korporasi, menyalahgunakan kewenangan maupun kesempatan atau sarana yang ada padanya karena jabatan atau kedudukan yang dapat merugikan keuangan negara atau perekonomian negara. Sedangkan pengertian Korupsi Menurut UU No. 20 Tahun 2001 adalah tindakan melawan hukum dengan maksud memperkaya diri sendiri, orang lain, atau korupsi yang berakibat merugikan negara atau perekonomian negara (Dwi, 2009).

### **2.3.2 Jenis Tindak Pidana Korupsi Menurut Undang-Undang**

Sesuai dengan perspektif hukum, telah dijelaskan dalam 13 buah Pasal dalam UU No. 31 Tahun 1999 jo. UU No. 20 Tahun 2001, yang mana berdasarkan pasal-pasal tersebut, korupsi dirumuskan ke dalam tiga puluh bentuk/jenis tindak pidana korupsi. Pasal-pasal tersebut menerangkan secara terperinci mengenai perbuatan yang bisa dikenakan pidana penjara karena korupsi.

Ketigapuluh bentuk/jenis tindak pidana korupsi tersebut pada dasarnya dapat dikelompokkan sebagai berikut; 1) Kerugian keuangan negara, 2) Suap menyuap, 3) Penggelapan dalam jabatan, 4) Pemerasan, 5) Perbuatan curang, 6) Benturan dalam kepentingan, 7) Gratifikasi dan 8) Tindak Pidana Pencucian Uang (Dwi, 2009).

### **2.3.3 Perilaku Koruptif**

Tindak koruptif atau perilaku koruptif merupakan tindakan yang mengarah ke korupsi namun belum memenuhi unsur pidana seperti yang tertuang dalam perundangan yang berlaku. Perilaku koruptif ini sangat mengganggu proses kerja

dan apabila terus menerus dilakukan akan membentuk karakter yang nantinya akan melakukan korupsi (Puspito, 2018).

Survei Perilaku AntiKorupsi dilakukan Badan Pusat Statistik tahun 2017 yang mencakup 33 provinsi, 170 kabupaten/kota (49 kota dan 122 kabupaten) menyatakan bahwa 62,28 % masyarakat yang menilai pemberian uang pelicin untuk urusan administrasi tersebut merupakan hal 'tidak wajar'. Hal tersebut berarti ada hampir 40 % masyarakat menilainya sebagai perilaku yang 'wajar' untuk dilakukan (BPS, 2017).

### **2.3.4 Antikorupsi**

Antikorupsi merupakan sikap yang berlawanan atau menentang adanya korupsi dimana merupakan sikap dan perilaku untuk tidak mendukung adanya upaya untuk merugikan keuangan negara dan perekonomian negara. Anti-korupsi merupakan anti tesis dari korupsi itu sendiri, sehingga diyakini bahwa anti-korupsi adalah semacam penawar dari korupsi sehingga setiap orang perlu untuk mempunyai sikap dan karakter anti-korupsi dalam kehidupannya.

#### **2.3.4.1 Nilai Antikorupsi**

Untuk bisa menerapkan sikap dan perilaku yang anti-korupsi maka setiap orang harus mempunyai nilai dan prinsip anti-korupsi. Berikut ini adalah penjelasan tentang nilai dan prinsip anti korupsi;

Nilai (*Value*) adalah sesuatu yang ada dalam diri manusia atau yang bersifat internal. Nilai antikorupsi merupakan sekumpulan nilai-nilai yang harus ada pada diri seseorang yang diyakini apabila nilai-nilai itu ada dan kuat maka seseorang akan kuat untuk melawan godaan korupsi atau dengan kata lain tidak akan korupsi.

Hal ini berlaku sebaliknya, jika nilai-nilai antikorupsi tidak ada atau lemah pada diri seseorang, maka hal tersebut diyakini bahwa seseorang tersebut akan dengan mudah tergoda untuk melakukan korupsi.

Berikut ini adalah nilai-nilai anti-korupsi, yaitu; 1) Nilai Kejujuran. Didefinisikan sebagai sebuah tindakan maupun ucapan yang lurus, tidak berbohong dan tidak curang. 2) Nilai Kepedulian, adalah mengindahkan, memperhatikan dan menghiraukan. 3) Nilai Kemandirian, berarti tidak banyak bergantung kepada orang lain dalam berbagai hal. 4) Nilai Kedisiplinan, adalah ketaatan atau

kepatuhan kepada peraturan. 5) Nilai Tanggung Jawab, adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatunya. 6) Nilai Kerja Keras, didasari dengan adanya kemauan yang terkandung ketekadan, ketekunan, daya tahan, daya kerja, pendirian keberanian, ketabahan, keteguhan dan pantang mundur. 7) Nilai Kesederhanaan, sesuai dengan kemampuannya serta memprioritaskan kebutuhan diatas keinginannya. 8) Nilai Keberanian, diwujudkan dalam bentuk berani mengatakan dan membela kebenaran. 9) Nilai Keadilan, adalah memberikan kepada siapapun sesuai dengan apa yang menjadi haknya, bertindak proposional dan tidak melanggar hukum (Puspito, 2018).

#### **2.3.4.2 Prinsip Antikorupsi**

Sedangkan Prinsip Antikorupsi adalah sesuatu yang berada diluar diri (eksternal) yaitu kondisi dan situasi yang mendukung seseorang untuk tidak melakukan korupsi.

Berikut ini adalah prinsip-prinsip antikorupsi, yaitu; 1) Prinsip Akuntabilitas, adalah kesesuaian antara aturan dan pelaksanaan kerja. 2) Prinsip Transparansi, mengacu pada keterbukaan dan kejujuran untuk saling menjunjung tinggi kepercayaan (trust) karena kepercayaan, keterbukaan, dan kejujuran. 3) Prinsip Kewajaran, ditunjukkan untuk mencegah terjadinya manipulasi (ketidakwajaran). 4) Prinsip Kebijakan, berperan untuk mengatur tata interaksi agar tidak terjadi penyimpangan yang dapat merugikan negara dan masyarakat. 5) Prinsip Kontrol Kebijakan, merupakan upaya agar kebijakan yang dibuat betul-betul efektif dan mengeliminasi semua bentuk korupsi. Bentuk kontrol kebijakan berupa partisipasi, evolusi dan reformasi (Puspito, 2018).

#### **2.3.5 Upaya Pemberantasan Korupsi**

Upaya KPK dalam memberantas korupsi di Indonesia menggunakan beberapa strategi, yaitu;

- a. Melalui strategi represif, yaitu dengan jalan menahan dan membawa koruptor ke meja hijau, membacakan tuntutan, serta menghadirkan saksi-saksi dan alat bukti yang menguatkan sampai eksekusi penahanan koruptor.



- b. Perbaiki sistem yang membuka celah terjadinya tindak pidana korupsi, seperti; prosedur pelayanan publik menjadi rumit, sehingga memicu terjadinya penyuapan, dan sebagainya.
- c. Upaya Pemberian Edukasi dan Kampanye pada masyarakat untuk membangun kesamaan pemahaman mengenai tindak pidana korupsi itu sendiri. Dengan adanya persepsi yang sama, pemberantasan korupsi bisa dilakukan secara tepat dan terarah (KPK, <https://www.kpk.go.id/>, 2018).

Melalui edukasi dan kampanye, KPK membangkit kesadaran masyarakat mengenai dampak korupsi, mengajak masyarakat untuk terlibat dalam gerakan pemberantasan korupsi, serta membangun perilaku dan budaya antikorupsi. Tidak hanya bagi mahasiswa dan masyarakat umum, namun juga anak usia dini, taman kanak-kanak, dan sekolah dasar. Dengan sasaran usia yang luas tersebut, KPK berharap, pada saatnya nanti di negeri ini akan dikelola oleh generasi antikorupsi.

#### **A. Media Komunikasi KPK**

Ada beberapa media komunikasi yang dipergunakan oleh KPK dalam upaya sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, seperti; website portal, media sosial, media cetak, jurnal, majalah dan alat peraga.

#### **B. Target Media Komunikasi KPK**

Adapun target dari media komunikasi KPK adalah semua kalangan masyarakat dari berbagai kelompok ekonomi, usia, jenis kelamin dan wilayah, dengan target utama mereka adalah kelompok masyarakat yang berpotensi menggerakkan kelompok yang lainnya (kelompok yang mempunyai kemampuan mempengaruhi). Kelompok masyarakat tersebut adalah anak muda, mahasiswa, guru dan dosen, pekerja atau komunitas pekerja terutama untuk program yang berhubungan dengan pembentukan dan pembinaan komunitas antikorupsi (Rosidah, 2014).

Dalam penelitian ini kelompok masyarakat yang mampu mempengaruhi yang diteliti adalah kelompok Pekerja dengan asumsi sebagai berikut;

- 1) Pekerja adalah kelompok yang mempunyai pendidikan yang baik dengan ketrampilan kerja yang baik.
- 2) Pekerja mempunyai kemandirian dalam artian kemandirian finansial dan kemandirian berpendapat.

- 3) Pekerja mampu secara aktif membentuk komunitas termasuk komunitas antikorupsi di lingkungannya.
- 4) Pekerja terlibat secara aktif dan langsung pada proses kerja profesional yang bisa bersinggungan langsung dengan praktik korupsi.
- 5) Pekerja mempunyai pengalaman empirik terhadap perilaku koruptif ataupun tindak pidana korupsi baik yang dilakukan sendiri ataupun orang lain di lokasi kerjanya.

Demikian mengapa dalam penelitian ini kelompok pekerja dipilih sebagai obyek penelitian ini.

## **2.4 Media Massa dan Efek Terpaan Media Massa**

### **2.4.1 Media Massa**

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audiens yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah bahwa media massa mengatasi hambatan ruang dan waktu, serta mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007).

Media massa menampilkan dirinya sendiri dengan peranan yang sesuai dengan harapan oleh audiens sehingga dinamika masyarakat akan terbentuk, melalui pesan yang ada pada media massa tersebut. Media massa yang menampilkan dirinya dengan berorientasi pada aspek; 1) penglihatan (visual) misalnya media cetak, 2) pendengaran (audio) semata-mata (radio, tape recorder) dan 3) pendengaran dan penglihatan (televisi, film, video) yang bersifat audio visual (McQuail, 2010).

Dalam perkembangannya sampai memasuki era digital ini, media massa dalam jenisnya terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu; 1) Media Cetak yang sampai saat ini berbentuk surat kabar (koran), tabloid dan majalah, 2) Media Elektronik dimana media ini muncul karena perkembangan modern yang berhasil memadukan konsep media cetak, berupa penulisan naskah dengan suara (audio) dan gambar (visual) melalui layar televisi. Selanjutnya yang disebut dengan media massa elektronik adalah radio dan televisi, 3) Media Online merupakan media yang menggunakan internet. Media online merupakan media elektronik yang menggunakan gabungan

proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, hal ini berhubungan dengan komunikasi personal (Mondry, 2008).

Ciri khas dari media massa yaitu tidak ditujukan pada kontak perseorangan, mudah didapatkan, isi merupakan hal umum dan merupakan komunikasi satu arah. Peran utama yang diharapkan dihubungkan dengan perubahan adalah sebagai pengetahuan pertama.

#### **2.4.2 Efek Terpaan Media Massa (*Mass Media Exposure*)**

Media massa diyakini memiliki kekuatan yang dahsyat untuk mempengaruhi sikap dan perilaku manusia. Bahkan media massa mampu untuk mengarahkan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk di masa yang akan datang. Media mampu membimbing dan mempengaruhi kehidupan dimasa kini dan masa datang dan juga bahwa bahwa terdapat hubungan yang cukup signifikan antara ketergantungan dengan media, penggunaan sumber informasi alternatif, dan kepercayaan terhadap media (Jackob, 2010).

Saat ini ada tren teknologi yang lebih penting yang dapat mempengaruhi satu atau lebih dari lima fitur teori efek media yang diidentifikasi dalam ulasan ini, yaitu; 1) dalam beberapa tahun terakhir teknologi komunikasi menjadi semakin bergerak (*mobile*), berpindah dari meja (*desktop*), ke tas (*laptop*) dan sekarang ke saku (*smartphone*). Hal ini telah mengubah secara signifikan penggunaan media. 2) Waktu yang dihabiskan dengan teknologi komunikasi meningkat secara signifikan dan ada kecenderungan untuk *media-multitask* (penggunaan TV, radio, cetak, internet atau media lain dalam waktu bersamaan dan berhubungannya dengan yang lain). Sekitar 30% dari waktu yang dihabiskan orang-orang pada saat ini yang berhubungan dengan media, adalah multitasking media (Valkenburg, 2016).

Media massa mempunyai kemampuan untuk mengkonstruksikan suatu peristiwa, bahkan mampu untuk membentuk realita sosial. Media massa dengan sendirinya akan mampu memberi pengaruh dan dampak pada khalayaknya. Dampak tersebut dapat terjadi dalam tiga aspek, yaitu :

- 1) Aspek Kognitif, yaitu berhubungan dengan gejala pikiran, berwujud pengetahuan dan keyakinan serta harapan-harapan tentang obyek atau kelompok obyek tertentu.

- 2) Aspek Afektif, berwujud proses berhubungan dengan perasaan tertentu seperti ketakutan, kebencian, simpati, antipati, dan sebagainya, yang ditunjukkan kepada obyek-obyek tertentu.
- 3) Aspek Konatif, berwujud proses tendensi atau kecenderungan, berhubungan dengan perilaku mendekati atau menjauhi suatu obyek tertentu (Romli, 2016).

Terpaan media massa (*mass media exposure*) adalah keadaan terkena pada khalayak akan pesan-pesan yang disebarluaskan oleh media massa, kondisi di mana audiens terkena terpaan atau bertemu dengan pesan program dari media massa, dalam hal penelitian ini media massa tersebut adalah website dan media sosial instagram KPK terhadap kelompok pekerja.

#### **A. Teori Kultivasi**

Kultivasi secara makna kata berarti menanam, sehingga secara makna kata teori kultivasi dapat diartikan sebagai teori yang menfokuskan pada proses penanaman nilai. Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*) merupakan salah satu teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan dampak media bagi khalayak.

Penelitian tentang kultivasi ini pertama kali dilakukan oleh George Gerbner dan Larry Gross pada tahun 1960 di *Annenberg School for Communication University of Pennsylvania* bertujuan untuk mengetahui dunia nyata seperti apa yang dibayangkan dan dipersepsikan oleh penonton televisi. Tradisi pengaruh media dalam jangka waktu panjang dan efek yang tidak langsung menjadi kajiannya dalam penelitian ini. Argumentasi awalnya adalah bahwa televisi telah menjadi anggota keluarga yang penting, anggota yang bercerita paling banyak dan paling sering (Lai, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Gerbner lebih menekankan pada “dampak”. Asumsi mendasar dalam teori ini adalah terpaan media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh pada persepsi audiensnya. Artinya, selama audiens melakukan kontak dengan televisi mereka akan belajar tentang dunia, mengubah persepsi mereka akan dunia, belajar bersikap dan nilai-nilai orang. Juga menekankan bahwa media massa sebagai agen sosialisasi dan menyelidiki apakah audiens televisi itu lebih mempercayai apa yang disajikan televisi daripada apa

yang mereka lihat sesungguhnya. Gerbner melihat bahwa televisi mempunyai sedikit pengaruh tetapi sangat penting di dalam mengubah sikap, kepercayaan, pandangan penonton yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Televisi merupakan suatu kekuatan yang secara dominan dapat mempengaruhi masyarakat modern. Kekuatan tersebut berasal dari kemampuan televisi melalui berbagai simbol untuk memberikan berbagai gambaran yang terlihat nyata dan penting seperti sebuah kehidupan sehari-hari. Televisi mampu mempengaruhi penontonnya, sehingga apa yang ditampilkan di layar kaca dipandang sebagai sebuah kehidupan yang nyata, kehidupan sehari-hari. Realitas yang tampil di media dipandang sebagai sebuah realitas objektif (Wiryanto, 2004).

Pada saat ini televisi sudah menjadi produk sehari-hari yang biasa, seiring dengan perubahan jaman memasuki era digital. Dengan munculnya Internet dan teknologi online pada saat ini, pentingnya teori kultivasi tampaknya menurun di masyarakat saat ini.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Wing Tung Lai (2015,7-8) yang ditulis dalam *Journal of Communication and Education* berjudul *How do Media Shape Perceptions of Social Reality? A Review on Cultivation Theory*, menunjukkan bahwa media tetap memberikan efek bagi audiensnya. Penelitian ini menunjukkan memperluas batas teori kultivasi ke spektrum yang lebih luas.

Temuan dari penelitian ini menjelaskan penerapan teori kultivasi ke media yang berbeda selain televisi, seperti video game dan video musik. Hasil penelitian ini memberikan dukungan untuk pengaruh yang ada dan efektivitas teori kultivasi di masyarakat saat ini, yaitu;

- 1) Berbagai media memainkan peran penting dalam membentuk pandangan individu tentang dunia nyata. Tidak hanya menonton televisi tetapi juga penggunaan media lain seperti video game dan video musik terkait dengan pembentukan keyakinan realitas sosial. Media mempengaruhi orang dalam jangka panjang - menyebabkan beberapa perilaku pribadi yang berbahaya dan memengaruhi hubungan antarpribadi. Media juga menumbuhkan pola pikir individu di dunia nyata, dan pengguna media mungkin melihat kota mereka lebih berbahaya atau menciptakan ketidakpuasan terhadap otoritas kota. Studi ini menunjukkan bahwa konten media yang jelas menjadi

dikodekan ke dalam memori jangka panjang, dan dapat digunakan ketika membentuk keyakinan realitas sosial. Perlu ditelusuri bagaimana televisi, film dan video game dapat menghasilkan hasil kultivasi yang berbeda. Penelitian di masa depan harus terus memeriksa perbedaan saluran dalam efek budidaya.

- 2) Temuan dari penelitian ini memberikan dukungan untuk membuktikan berbagai genre konten media yang mungkin memiliki efek diferensial. Misalnya, program televisi forensik memiliki pengaruh pada pengambilan keputusan juri yang sebenarnya, dan drama romantis memengaruhi persepsi seseorang tentang pernikahan dan hubungan. Berita televisi dan film aksi sangat berbeda tentang pengaruhnya terhadap perilaku mengemudi berisiko remaja, karena menonton film adalah prediktor untuk perilaku mengemudi berisiko sementara yang sebaliknya terjadi dalam menonton berita. Temuan kami menunjukkan bahwa arah hubungan mengenai pengaruh media berbeda untuk jenis program yang berbeda. Ini menunjukkan bahwa konten media ini dapat dikaitkan dengan terjadinya hubungan. Namun, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengkonfirmasi asumsi ini.

Konsumsi berbagai media memupuk pola pikir individu, yang pada gilirannya memengaruhi kehidupan nyata, baik perilaku pribadi maupun hubungan interpersonal akan berada di bawah pengaruh penggambaran media yang dikonsumsi. Studi ini memberikan dukungan untuk membuktikan kekuatan kuat media yang tak terbayangkan dalam memengaruhi realitas sosial (Lai, 2015).

### **B. Teori *Computer Mediated Communication* (CMC)**

Dalam era digital saat ini, model komunikasi yang dilakukan banyak dilakukan dengan perantara Internet dan telah bergerak secara cepat menuju apa yang disebut dengan *computer-mediated communication* (CMC) atau komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Dalam konteks ini, CMC dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari (Wood, 2005).

CMC adalah istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang berbeda. Hal yang

dimaksud di sini bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat saling berinteraksi, namun bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Crispin Thurlow seperti berikut;

*“Computer Mediated Communication is a process of human communication via computers, involving people, situated in particular contexts, engaging in processes to shape media for variety purposes”* (Thurlow, 2004)

Dengan ini dapat diketahui, bahwa yang diperlukan partisipan CMC dalam menjalankan komunikasi dengan komunikannya dengan melibatkan dua komponen, yaitu komputer dan jaringan internet termasuk program atau aplikasi tertentu yang memungkinkan komunikator untuk berinteraksi dengan komunikannya. Hal ini membuat CMC semakin mempunyai pengaruh besar dalam membentuk komunikasi yang efektif di dunia internet. CMC adalah segala bentuk komunikasi manusia yang didapatkan atau dibantu oleh teknologi komputer. Selain itu, komunikasi dengan media komputer (CMC) dapat didefinisikan juga sebagai transaksi komunikasi yang terjadi lewat dua buah atau lebih komputer yang berhubungan (Thurlow, 2004).

Internet dapat dilihat sebagai media massa yang menambahkan hubungan *one-to-one* seperti yang diaplikasikan melalui e-mail, *many-to-many* seperti yang diaplikasikan pada *mailing-list*, dan *many-to-one* seperti yang dapat dilihat dalam website korporasi yang berbasis blog. Dengan kata lain, melihat Internet sebagai media massa telah membantu menjelaskan beberapa aspek peristiwa secara online (Wood, 2005).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Valkenburg (2016,31-35), dengan mengambil dua subdisiplin ilmu komunikasi, yaitu efek media (massa) dan komunikasi yang dimediasi komputer (CMC) didapatkan hal sebagai berikut; 1) Baik efek media maupun riset CMC telah menemukan akarnya dalam teori yang mengonseptualisasikan 'efek' sebagai proses yang kuat dan langsung, yang secara metaforis disebut sebagai “jarum suntik,” atau “peluru ajaib” dalam teori efek media dan “tekad teknologi” dalam teori CMC. 2) Kedua subdisiplin berkembang dari pandangan berorientasi penerima searah ke paradigma transaksional. Teori saat ini

di kedua subdisiplin tersebut mengakui bahwa individu membentuk dan dibentuk oleh penggunaan media mereka sendiri atau teknologi komunikasi.

Saat ini, hampir 30% dari waktu yang dihabiskan adalah untuk berkomunikasi dengan media yang merupakan multitasking media dan penggunaan dalam penggunaan media menjadi lebih selektif, serta bahwa pesan media yang diterima semakin banyak dipilih yang sesuai dengan personal seseorang. Personalisasi media merupakan inti dari "demassifikasi komunikasi massa" karena lebih jauh memungkinkan pengguna media untuk memilih konten media mereka sendiri.

Perusahaan seperti Amazon, Netflix, dan Google News semakin berupaya untuk mempersonalisasikan konten untuk setiap pengguna untuk meningkatkan keterlibatan dan memperpendek jarak antara produk dan konsumen dalam situs web dengan jalan memberikan rekomendasi buku atau film atau dengan menargetkan informasi dan iklan untuk pengguna individu.

Dari penelitian ini memberikan bukti awal yang menunjukkan bahwa personalisasi dapat meningkatkan keterlibatan kognitif dan emosional pengguna media dan selanjutnya akan meningkatkan efek media. Penelitian efek media (massa) dan komunikasi yang dimediasi komputer (CMC) ke depan harus membahas mekanisme yang mendasari dan kondisi kontinjensi di mana konten media yang dipersonalisasi dapat memberikan pengaruh transaksional positif atau negatif (Valkenburg, 2016).

## **2.5 Media Baru**

Internet merupakan salah satu bentuk media komunikasi massa baru yang merupakan penyatuan dari berbagai media massa yang ada sebelumnya, seperti yang dikatakan oleh Joseph Straubhaar dalam bukunya *Media Now*; hal.28, sebagai berikut;

*More and more communication is created and distributed in computer readable digital form. This means that same basic technologies can be used to transmit all forms of communication –text, or –video in an integrated communication system such as internet. (Straubhaar, 2004)*



Banyak komunikasi sudah diciptakan dan didistribusikan dengan computer dalam bentuk format digital. Ini berarti dasar yang sama dari sebuah teknologi dapat digunakan untuk mentransmisikan sejumlah bentuk komunikasi seperti teks, audio dan video yang dapat diintegrasikan ke dalam sistem komunikasi seperti internet.

Peneliti menyimpulkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi massa saat ini memusatkan ke dalam satu bentuk teknologi yang merupakan gabungan dan penyatuan dari bentuk komunikasi massa berupa teks, audio dan video yang ada dalam internet.

Penyatuan dari media konvensional dengan internet menghasilkan format baru yang menyatukan unsur-unsur dari media seperti televisi, film, dan cetak, adapun kombinasi dari berbagai media dengan internet membentuk karakteristik media baru yang merupakan penyatuan dari berbagai media massa konvensional : *multimedia, interactivity, audience generated, asynchrony, narrowcasting*. (Straubhaar, 2004)

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti menyimpulkan bahwa saat ini internet adalah salah satu media baru yang menyuguhkan informasi dan pesan berupa penyatuan dari berbagai media seperti video, audio dan teks. Hal tersebut menimbulkan pergeseran dan karakteristik media yang lama menjadi karakteristik media baru. Lima karakteristik media baru yang dikatakan Straubhaar di atas, berikut penjelasannya:

- 1) Karakteristik Multimedia, yaitu penyatuan berbagai jenis media komunikasi elektronik, dalam hal ini internet. Menampilkan informasi dan berita berupa gambar, video dan teks yang merupakan gabungan dari berbagai bentuk media komunikasi. Berbagai media baru seperti Website, Facebook, Twitter, Instagram dan sebagainya menampilkan salah satu atau ketiga kategori tersebut yang ditampilkan sebagai fungsi dari media baru dalam penyampaian informasi dan berita melalui internet.
- 2) Karakteristik *interactivity*, yaitu adanya proses interaktif di dalam sebuah media komunikasi massa yang memungkinkan khalayak dapat berinteraksi langsung dengan memilih informasi yang sesuai dan dapat pula berperan sebagai sumber informasi bagi khalayak yang lain sehingga khalayak

berperan aktif dalam mengontrol proses penerimaan dan penyediaan informasi.

- 3) Karakteristik *audience generated* yaitu, dalam penyediaan informasi tidak hanya dilakukan komunikator namun komunikannya juga dapat berpartisipasi dalam menampilkan informasi dan berita di halaman situs internet.
- 4) Karakteristik *Asynchronous communication*, yaitu karakteristik yang dilihat dari proses penerimaan pesan yang tidak serentak antara penerima informasi yang satu dan yang lainnya apabila antara si penerima itu melakukannya dalam waktu yang berbeda. Jadi proses penyampaian pesan dalam sebuah situs tidak serentak karena informasi yang disampaikan tergantung pada waktu penerima informasi baru menerima pesan tersebut.
- 5) Karakteristik *narrowcasting*, yaitu informasi dan pesan yang disediakan tersegmentasi ke dalam berbagai kelompok berbeda yang lebih spesifik. Jadi pengakses internet dapat lebih mudah memilih dan mencari berita yang sesuai dengan kebutuhannya masing-masing (Straubhaar, 2004).

Jadi, peneliti menyimpulkan dengan adanya media baru, menciptakan perubahan dalam proses penyampaian dan pengiriman pesan dalam komunikasi massa. Pemusatan teknologi informasi adalah berkembangnya penyatuan dalam bentuk komunikasi dengan komputer sebagai medianya yang disebut sebagai *Computer Mediated Communications*.

### **2.5.1 Website**

Website adalah keseluruhan halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi, dimana hubungan antara halaman tersebut disebut sebagai *hyperlink*, sedangkan *text* yang menghubungkan disebut sebagai *hypertext*. Domain adalah nama unik yang dimiliki oleh pengguna yang bisa diakses melalui internet (Yuhefizar, 2008).

Website atau situs web dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Website

merupakan fasilitas internet yang menghubungkan dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen pada website disebut dengan web page dan link dalam website memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu page ke page lain (*hypertext*), baik diantara page yang disimpan dalam server yang sama maupun server diseluruh dunia. Pages diakses dan dibaca melalui browser seperti *Netscape Navigator* atau *Internet Explorer* berbagai aplikasi *browser* lainnya (Hakim, 2004).

### 2.5.1.1 Jenis-jenis Website

Seiring berkembangnya teknologi serta penggunaan media online untuk berbagai kebutuhan, jenis website pun ikut berkembang dan tidak sedikit website yang mengintegrasikan berbagai fitur, fungsi dan jenisnya dalam satu kesatuan website. Jenis-jenis website bisa dilihat dari sifatnya, tujuannya dan bahasa pemrogramannya (Yuhefizar, 2008). Berikut ini adalah jenis-jenis website berdasarkan sifatnya, yaitu;

- a. Website Dinamis, yaitu website yang menyediakan isi yang selalu berubah-ubah setiap saat.
- b. Website Statis, yaitu website yang isinya sangat jarang berubah.

Sedangkan jenis website berdasarkan tujuannya adalah;

- a. *Personal Web*, yaitu website yang berisikan informasi pribadi.
- b. *Corporate Web*, yaitu website yang berisikan informasi sebuah perusahaan.
- c. *Portal Web*, yaitu website yang mempunyai banyak layanan.
- d. *Forum Web*, yaitu website yang bertujuan sebagai media diskusi.
- e. Disamping itu ada website dalam bentuk *e-Government*, *e-Payment*, *e-Banking*, *e-Procurement* dan sebagainya.

Sedangkan website yang ditinjau dari sisi bahasa pemrograman yang digunakan dibagi menjadi;

- a. *Server Side*, merupakan website yang menggunakan bahasa pemrograman yang tergantung tersedianya server, seperti, PHP, ASP dan sebagainya.
- b. *Client Side*, merupakan website yang tidak membutuhkan *server* dalam operasinya, hanya menggunakan *browser* seperti; html.

### 2.5.1.2 Manfaat Website

Website mempunyai manfaat yang bermacam-macam, menurut Helianthusofri (2013) bahwa manfaat tergantung dari tujuan dan jenis website yang dibangun, tetapi secara garis besar dapat bermanfaat sebagai berikut;

- a. Media Publikasi dan Informasi, yaitu website yang memberikan informasi atau melakukan publikasi kepada masyarakat.
- b. Media Promosi, yaitu sebagai media promosi yang berisi informasi yang bisa jauh lebih lengkap daripada media promosi offline seperti koran atau majalah
- c. Media Pemasaran dan Penjualan, yaitu untuk penggunaan toko online, system afiliasi, website merupakan media pemasaran dan penjualan yang cukup baik.
- d. Media Komunikasi untuk membangun komunitas, yaitu website yang dibangun khusus untuk berkomunikasi seperti forum yang dapat memberikan fasilitas bagi para anggotanya untuk saling berbagi informasi atau membantu pemecahan masalah tertentu.
- e. Media Pembangun Citra (Image), yaitu untuk mendapatkan citra profesional.

### 2.5.1.3 Kriteria Website yang Baik

Untuk bisa mendapatkan kualitas website yang baik sehingga menjadi pilihan dan rujukan pengguna tentunya harus ada kriteria atau dimensi khusus yang harus dimiliki oleh website tersebut. Adapun kriteria atau dimensi website yang baik menurut Flavian (2009) dalam tulisannya pada *Journal of Systems and Information Technology* adalah;

- a. Dimensi Tampilan (*Appereance*), adalah untuk mendapatkan respon yang positif dari pengguna tentunya juga harus diimbangi dengan kecepatannya. Tampilan dalam hal ini adalah kualitas gambar (*images*), *graphic design* (desain grafis), ikon, animasi dan warna.
- b. Dimensi Navigasi (*Navigation*), dimana pengguna harus bisa mengontrol setiap langkah yang dilakukan, oleh sebab itu diperlukan peta situs (*map of the site*), tombol cari dan kembali (*backward button*) dan mesin pencari (*search engine*).

- c. Dimensi Isi (*Content*), dimana kualitas isi harus menjadi prioritas tinggi dan informasi harus selalu updated, komprehensif dan relevan.
- d. Dimensi Proses (*Process*), dalam hal ini adalah yang berhubungan dengan privasi dan keamanan (*Security*) dalam penggunaan (Flavian, 2009).

Sedangkan kriteria atau syarat-syarat sebuah website yang baik menurut Nielsen (2016) adalah sebagai berikut:

a. *Usability*

Usability adalah bagaimana pengguna website dapat menemukan cara untuk menggunakan situs web tersebut dengan efektif (*doing things right*) atau bagaimana pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs web sampai pengguna dapat mengoperasikannya dengan mudah dan cepat. Situs web harus memenuhi lima syarat untuk mencapai tingkat usability yang ideal, yaitu:

- 1) Mudah untuk dipelajari, untuk itu peletakan konten yang paling penting pada bagian yang paling mudah dilihat agar pengunjung dapat menemukannya dengan cepat.
- 2) Efisien dalam penggunaan, link secukupnya agar pengguna cepat untuk mencapai informasi yang diperlukan.
- 3) Mudah untuk diingat, baik dalam hal navigasi dan nama website..
- 4) Tingkat kesalahan penggunaan harus serendah mungkin.
- 5) Kepuasan pengguna merupakan yang utama,. pengguna harus dapat menemukan apa yang dicari, dapat didownload dengan cepat, dan dapat dengan mudah memberitahukan site atau konten yang mereka temukan pada teman mereka.

b. Sistem Navigasi (Struktur)

Navigasi dapat membantu pengguna website untuk menemukan jalan yang mudah ketika menjelajahi sebuah situs web. Navigasi dapat ditampilkan dalam berbagai media, yaitu teks, image, atau pun animasi. Berikut ini adalah syarat navigasi yang baik, yaitu;

- 1) Mudah dipelajari.
- 2) Konsisten.

- 3) Memungkinkan *feedback*.
- 4) Muncul dalam konteks.
- 5) Menyediakan pesan visual yang jelas.
- 6) Menggunakan label yang jelas dan mudah dipahami.
- 7) Mendukung tujuan dan perilaku user.

c. *Graphic Design* (Desain Visual)

Desain grafis yang baik setidaknya memiliki komposisi warna yang baik dan konsisten, layout grafik yang konsisten, teks yang mudah dibaca, penggunaan grafik yang memperkuat isi teks, dan secara keseluruhan membentuk suatu pola yang harmonis.

d. *Contents* (Isi)

Konten yang baik itu adalah konten yang menarik, relevan, dan pantas untuk target audiens situs web tersebut. Gaya bahasa penulisan dan desain yang dipergunakan harus sesuai dengan web dan target audien.

e. *Compatibility*

Situs web harus kompatibel dengan berbagai perangkat tampilannya (browser), harus memberikan alternatif bagi browser yang tidak dapat melihat situsnya.

f. *Loading Time*

Diperlukan waktu 3 detik untuk meyakinkan orang untuk melanjutkan atau menutup sebuah website, dan ditemukan bahwa 80% pengunjung akan menutup browser bila halaman web yang ia buka tidak tampil dalam 7-8 detik.

g. *Functionality* (Fungsionalitas)

Seberapa baik sebuah situs web bekerja dari aspek teknologinya, ini bisa melibatkan programmer dengan script-nya, misalnya HTML (DHTML), PHP, ASP, ColdFusion, CGI, SSI, dan lain-lain.

h. *Accesibility* (Kemudahan Akses)

Halaman web harus bisa dipakai oleh semua orang, mulai anak-anak, remaja, dewasa, orang tua termasuk orang cacat atau yang mempunyai hambatan fisik.

i. *Interactivity* (Kemampuan Interaksi)

Interaktivitas adalah apa yang melibatkan pengguna situs web sebagai *user experience* dengan situs web itu sendiri. Dasar dari interaktivitas adalah *hyperlinks (link)* untuk membawa pengunjung ke sumber berita, topik lebih lanjut, topik terkait dan mekanisme *feed back*.

## 2.5.2 Media Sosial

Beberapa pengertian mengenai media sosial telah dirumuskan oleh berbagai pihak, baik dalam kajian komunikasi maupun kajian lain.

Menurut kamus Bahasa Inggris *Cambridge Dictionary*, media sosial merupakan program komputer yang memberikan fungsi untuk berkomunikasi dan berbagi informasi di internet sebagaimana didefinisikan oleh *Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus*

*"Social media (noun); websites and computer programs that allow people to communicate and share information on the internet using a computer or mobile phone". (Dictionary):*

Menurut Kristanto dalam bukunya, media sosial adalah media yang sering disebut sebagai media online dimana dapat mewakili para penggunanya untuk saling berinteraksi dengan sesamanya di dunia luar baik yang dikenal maupun tidak (Kristianto, 2011) .

Menurut Carr dan Hayes yang dikutip oleh Rahadi (2017), definisi atau pengertian yang telah dirumuskan seringkali merujuk media sosial pada tiga hal utama, yaitu :

- 1) Teknologi digital yang menekankan pada *user-generated content* atau interaksi.
- 2) Karakteristik media.
- 3) Jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lain-lain sebagai contoh model interaksi.

### 2.5.2.1 Jenis-jenis Media Sosial

Berikut ini pendapat dari Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein (2010) membagi berbagai jenis media sosial ke dalam 6 (enam) jenis, yaitu :

- a. *Collaborative Projects*. Proyek kolaboratif ini memungkinkan adanya kerjasama dalam kreasi konten yang dilakukan oleh beberapa pengguna

secara simultan, seperti halnya Wikipedia. Beberapa situs jenis ini mengizinkan penggunanya untuk melakukan penambahan, menghilangkan, atau mengubah konten. Bentuk lain dari collaborative projects adalah social bookmarking yang mengizinkan koleksi berbasis kelompok dan peringkat kaitan internet atau konten media.

- b. Blogs. Blog merupakan salah satu bentuk media sosial yang paling awal yang tumbuh sebagai web pribadi dan umumnya menampilkan date-stamped entries dalam bentuk kronologis. Jenis blog yang sangat populer adalah blog berbasis teks.
- c. Content communities. Komunitas isi memiliki tujuan utama untuk berbagi konten media diantara para pengguna, termasuk didalamnya adalah teks, foto, video, dan powerpoint presentation. Para pengguna tidak perlu membuat halaman profil pribadi.
- d. Social networking sites memungkinkan para pengguna untuk terhubung dengan menciptakan informasi profil pribadi dan mengundang teman serta kolega untuk mengakses profil dan untuk mengirim surat elektronik serta pesan instan. Profil pada umumnya meliputi foto, video, berkas audio, blogs dan lain sebagainya. Contoh dari social networking sites adalah Facebook, MySpace, dan Google+.
- e. Virtual games worlds. Permainan virtual ini merupakan platform yang mereplikasi lingkungan ke dalam bentuk tiga-dimensi yang membuat para pengguna tampil dalam bentuk avatar pribadi dan berinteraksi berdasarkan aturan-aturan permainan.
- f. Virtual sosial worlds. Dunia sosial virtual memungkinkan para inhabitan untuk memilih perilaku secara bebas dan untuk hidup dalam bentuk avatar dalam sebuah dunia virtual yang sama dengan kehidupan nyata

### **2.5.2.2 Karakteristik Media Sosial**

Media sosial memiliki perbedaan dibanding dengan media-media sebelumnya, menurut Sulianta (2015) menyatakan bahwa ada beberapa karakteristik media sosial, yaitu :

- a. Transparansi, yaitu keterbukaan informasi karena konten media sosial ditunjukkan untuk konsumsi publik pada sekelompok orang.



- b. Dialog dan Komunikasi, Ketika ada sebuah komunikasi maka akan terjalin hubungan dan komunikasi interaktif menggunakan ragam fitur dimana para penggunanya bisa saling berkomunikasi lewat chat inbox maupun saling memberi komentar.
- c. Jejaring Relasi, hubungan antara pengguna terhubung satu sama lain dan semakin kompleks, komunitas jejaring sosial memiliki peranan kuat yang akan memengaruhi audiensinya.
- d. Multi Opini, setiap orang yang menggunakan media sosial bisa berargumen dan mengutarakan pendapatnya sendiri.

### **2.5.2.3 Fungsi Media Sosial**

Media sosial yang banyak digunakan masyarakat saat ini mempunyai banyak fungsi, seperti yang dikatakan oleh Hamid (2014) bahwa media sosial saat ini mempunyai fungsi mencari dan menyampaikan informasi, ekspresi diri, eksistensi diri, alat untuk berbisnis dan politik.

Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

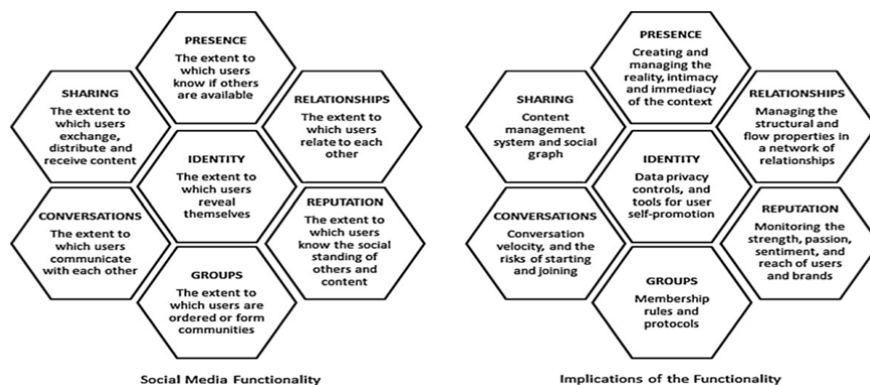
- a. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (*many to many*).
- c. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentranformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Selain itu, terdapat pendapat lain menurut Puntoadi (2011) bahwa media sosial berfungsi sebagai berikut, yaitu sebagai media untuk orang yang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial dan memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi interaksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan content komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari

konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang lebih dalam.

Fungsi media sosial oleh Jan Kietzman (2011) dapat digambarkan melalui sebuah kerangka kerja *honeycomb* sebagai penyajian sebuah kerangka kerja yang mendefinisikan media sosial dengan menggunakan tujuh kotak bangunan fungsi yaitu *identity, conversations, sharing, presence, relationships, reputation, dan groups*, dengan penjelasan sebagai berikut;

- a. *Identity*. Adalah yang menggambarkan pengaturan identitas para pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi serta foto.
- b. *Conversations*, menggambarkan pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam media sosial.
- c. *Sharing*, menggambarkan pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar, atau video yang dilakukan oleh para pengguna.
- d. *Presence*, menggambarkan apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya.
- e. *Relationship*, menggambarkan para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya.
- f. *Reputation*, menggambarkan para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya sendiri.
- g. *Groups*, menggambarkan para pengguna dapat membentuk komunitas dan sub-komunitas yang memiliki latar belakang, minat, atau demografi .



Gambar 2.1 Sosial Media Honeycomb

Sumber : Business Horison 2011

#### 2.5.2.4 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang saat ini sedang populer digunakan oleh masyarakat sebagai alat penyampaian pesan dan berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengan saling berbagi foto atau video, yang didalamnya juga terdapat berbagai lain seperti; *direct message, comment, love* dan sebagainya.

Menurut Atmoko (2012), instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial dan merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai kemampuan lebih pada pengambilan foto untuk berbagi informasi dengan pengguna lainnya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda.

Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, diantara fitur yang ada di dalam Instagram, adalah:

- a. Followers (Pengikut). Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram.
- b. Upload Foto (Mengunggah Foto). Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto-foto yang ada di album foto di iDevice tersebut.
- c. Judul Foto. Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam

Instagram sendiri ataupun ke jejaring sosial lainnya. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut.

- d. Arroba (@). Seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna lain yang juga, dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Para pengguna dapat menyinggung pengguna lainnya dengan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut. Pada dasarnya dalam menyinggung pengguna yang lainnya, yang dimaksudkan adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.
- e. Tanda suka (like). Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.
- f. Popular (Explore). Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman popular, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto popular dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat secara luas (global), sehingga jumlah pengikut bisa bertambah lebih banyak (Atmoko, 2012).

## **2.6 Alur Berpikir**

Upaya pemberantasan korupsi secara preventif seperti dengan cara melakukan pendidikan dan peningkatan pengetahuan masyarakat, sosialisasi, serta penggunaan berbagai media komunikasi penting untuk dilakukan sebagai pelengkap upaya kuratif.

Pencegahan sebelum tindak pidana korupsi dilakukan merupakan hal yang strategis, dimana hal ini membutuhkan peran dan keterlibatan masyarakat yang tinggi khususnya pada upaya preventif..

Penggunaan media komunikasi yang efektif dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat atas berbagai hal yang berhubungan dengan tindak pidana korupsi. Pengetahuan dan pemahaman ini penting dalam meningkatkan persepsi korupsi masyarakat dalam upaya pemberantasan korupsi.

KPK dalam hal ini membangun media komunikasi untuk menjembatani kesenjangan informasi sekaligus mendorong partisipasi aktif masyarakat terlibat dalam gerakan pemberantasan korupsi. Sebagai target dari media komunikasi KPK ini adalah masyarakat secara umum, secara khusus KPK menargetkan kelompok masyarakat yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi orang lain, dalam hal ini mempengaruhi orang lain secara positif dalam memberantas korupsi seperti dengan melakukan gerakan ant-korupsi, tidak melakukan tindak pidana korupsi, memberikan penjelasan dan pengertian kepada kelompok masyarakat lain tentang bahaya korupsi hingga berpartisipasi melaporkan tindak pidana korupsi yang diketahui kepada penegak hukum.

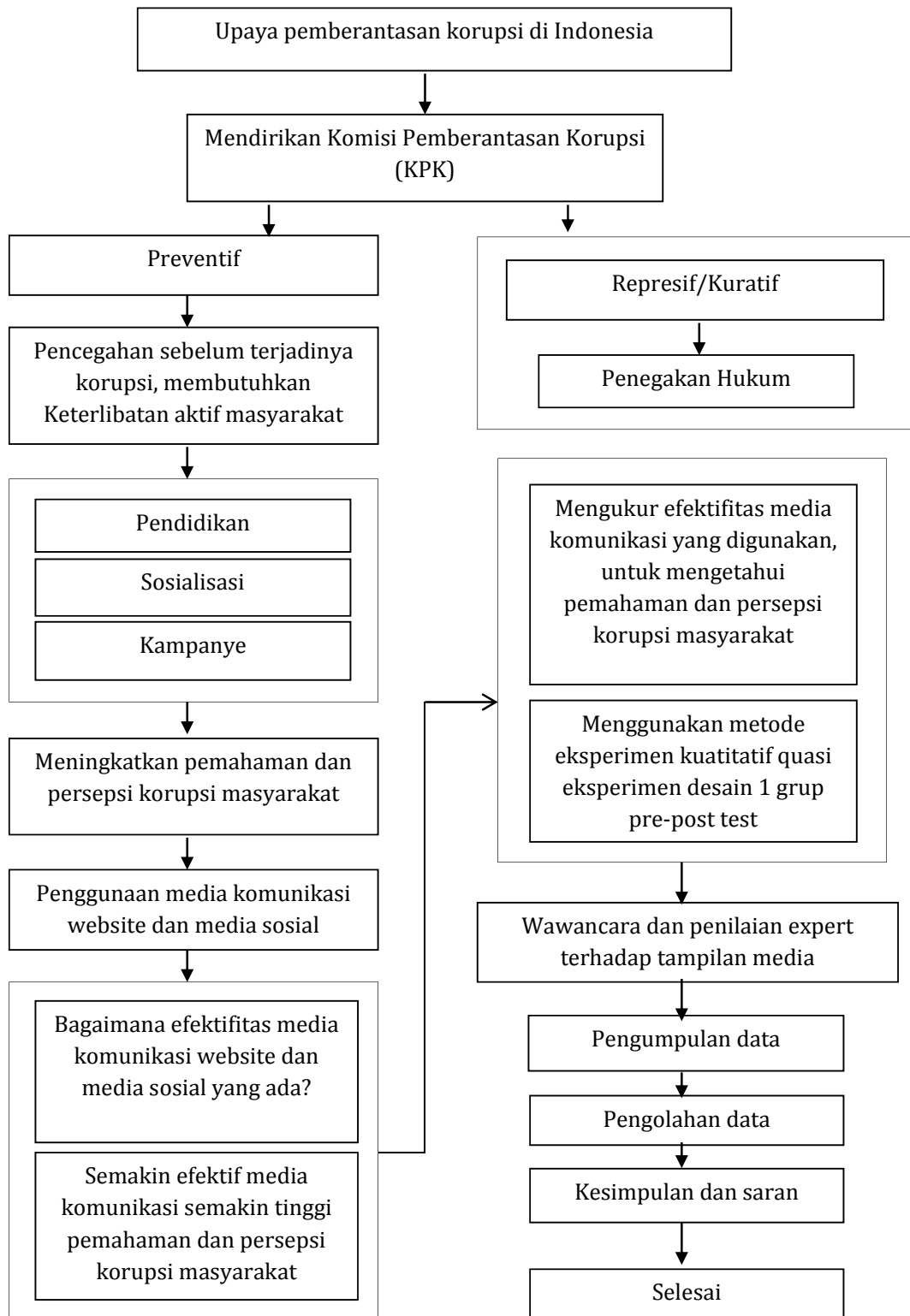
Untuk itu dalam penelitian ini akan dilakukan treatment kepada masyarakat, khususnya kelompok masyarakat yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi orang lain, untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat efektifitas media komunikasi yang dimiliki KPK.

Mengingat begitu luasnya definisi masyarakat, sehingga populasi yang akan diteliti juga tidak mempunyai batasan, maka untuk mendapatkan validitas dalam penelitian ini akan dilakukan beberapa tahap penelitian, seperti penyiapan materi pretest, melakukan uji validasi dan reabilitas, penyebaran pretest awal sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan responden terpilih yang akan selanjutnya akan dilakukan treatment. Selanjutnya melakukan treatment dan proses berikutnya adalah post-test untuk mengetahui pengaruh treatment yang dilakukan. Apakah terjadi pengaruh atau tidak terjadi pengaruh, seberapa besar tingkat perubahannya, apakah ada perbedaan antara 2 kelompok masyarakat yang dieksperimen akan didapatkan setelah seluruh treatment diolah dan dianalisis.

Hasil treatment ini akan menunjukkan apakah media komunikasi yang dimiliki oleh KPK ini akan menggambarkan efektifitasnya, apakah cukup efektif atau tidak, juga seberapa besar tingkat efektifitasnya bagi masing-masing kelompok masyarakat.

Sedangkan untuk mengetahui seberapa baik tampilan media komunikasi yang ada akan dilakukan dengan cara wawancara kepada kelompok yang memiliki nilai akhir tertinggi dan kelompok yang memiliki nilai akhir terendah. Dengan hasil ini akan didapatkan kesimpulan atas tampilan yang ada pada media komunikasi yang ada dan pengaruhnya kepada responden.

Berikut ini adalah bagan dari skema alur berpikir dalam penelitian ini



Gambar 2.2 Skema Alur Berpikir

Sumber : Peneliti

## **Bab III**

### **Metodologi Penelitian**

Pada prinsipnya, penelitian merupakan cara untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pertanyaan penelitian dalam tesis ini adalah “Bagaimana tingkat efektifitas media komunikasi website dan media sosial instragram yang dibangun oleh KPK terhadap pemahaman serta persepsi korupsi masyarakat dalam upaya pemberantasan korupsi?”

Untuk menjawabnya, peneliti menggunakan rancangan quasi eksperimen atau eksperimen semu. Rancangan quasi eksperimen ini merupakan pengembangan dari *true experimental design*, yang dalam penelitian ini sulit dilaksanakan. Rancangan quasi eksperimen ini mempunyai kelompok kontrol, namun tidak dapat berfungsi sepenuhnya untuk mengontrol variabel-variabel luar yang mempengaruhi pelaksanaan eksperimen. Walaupun termasuk dalam model eksperimen yang lemah, namun demikian rancangan quasi eksperimen ini lebih baik dari *pre-experimental design* dan paling mungkin untuk dilakukan untuk penelitian ini karena tidak mungkin menggunakan seluruh pekerja yang ada untuk eksperimen dan sebagian tidak.

Oleh sebab itu rancangan quasi eksperimen dalam penelitian ini digunakan karena pada kenyataannya sulit mendapatkan kelompok kontrol yang digunakan untuk penelitian.

#### **3.1 Desain Penelitian**

Menurut Sugiyono (2012) *quasi experimental design* terdapat dua bentuk yaitu *time series design* dan *nonequivalent control group design*. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini menggunakan rancangan quasi eksperimen atau eksperimen semu yang merupakan pengembangan dari *true experimental design* yang sulit dilaksanakan. Quasi eksperimen ini memiliki perlakuan (*treatments*), pengukuran-pengukuran dampak (*outcome measures*), dan unit-unit eksperimen (*experimental units*) namun tidak menggunakan penempatan secara



acak. Desain penelitian ini tidak mempunyai pembatasan yang ketat terhadap randomisasi, dan pada saat yang sama dapat mengontrol ancaman-ancaman validitas, oleh sebab itu model eksperimen ini disebut sebagai eksperimen semu atau quasi eksperimen.

Dalam penelitian ini populasi yang akan dilakukan *treatment* yaitu kelompok pekerja, dimana kelompok ini yang mewakili masyarakat yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi.

Untuk itu rancangan penelitian ini menggunakan quasi eksperimental dengan menggunakan rancangan *one group pretest-posttest design* yang dilakukan untuk kedua populasi tersebut. Observasi dilakukan dua kali yaitu sebelum eksperimen (O1) disebut pre-test, dan sesudah eksperimen (O2) disebut dengan post-test.

**Tabel 3.1**

Model Desain Eksperimen One Group Pretest – Posttest Design

<b>R</b>	<b>01</b>	<b>(X)</b>	<b>02</b>
----------	-----------	------------	-----------

Keterangan:

- R : *Randomization Assignment*
- 01 : Pre test kelompok eksperimen
- 02 : Post test kelompok eksperimen
- X : *Treatment/Intervensi/treatment*

Desain penelitian ini dipilih karena *treatment* yang dilakukan tanpa mengubah atau mengintervensi obyek (media komunikasi) yang ada. Dalam penelitian ini tidak memerlukan adanya kelompok kontrol sebagai pembandingan.

**Tabel 3.2**

Tabel Eksperimen *One Group Pretest – Posttest Design* Sampel Pekerja

Sampel	pre-test	eksperimen/ intervensi	post-test
Kelompok Pekerja	01	X	02

## 3.2 Metoda Quasi Eksperimen ( Eksperimen Semu)

### 3.2.1 Definisi

Menurut Sugiyono (2012) mendefinisikan bahwa penelitian eksperimen yaitu penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang terkendali.

Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Arikunto (2000) yang mendefinisikan penelitian eksperimen merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya akibat dari treatment pada subjek yang diselidiki.

Selanjutnya menurut Sugiyono (2012) bahwa dalam penelitian eksperimen terdapat beberapa bentuk rancangan, yaitu; *pre-experimental design*, *true experimental design*, *factorial design*, dan *quasi experimental design*. Adapun ciri utama dari *quasi experimental design* adalah pengembangan dari *true experimental design* yang mempunyai kelompok kontrol namun tidak dapat berfungsi sepenuhnya untuk mengontrol variabel-variabel dari luar yang mempengaruhi pelaksanaan eksperimen.

Quasi Eksperimen adalah eksperimen yang memiliki perlakuan (*treatments*), pengukuran-pengukuran dampak (*outcome measures*), dan unit-unit eksperimen (*experimental units*) namun tidak menggunakan penempatan secara acak. Pada penelitian lapangan biasanya menggunakan rancangan eksperiment semu (*Quasy*). Desain tidak mempunyai pembatasan yang ketat terhadap randomisasi, dan pada saat yang sama dapat mengontrol ancaman-ancaman validitas, oleh sebab itu model eksperimen ini disebut sebagai eksperimen semu atau quasi eksperimen.

Disebut eksperimen semu karena eksperimen ini belum atau tidak memiliki ciri-ciri rancangan eksperimen yang sebenarnya, karena variabel-variabel yang seharusnya dikontrol atau dimanipulasi. Oleh sebab itu validitas penelitian menjadi kurang cukup untuk disebut sebagai eksperimen yang sebenarnya.

Quasi Eksperimen disebut juga dengan eksperimen pura-pura. Bentuk desain ini merupakan pengembangan dari *true experimental design* yang sulit dilaksanakan. Desain ini mempunyai variabel kontrol tetapi tidak digunakan sepenuhnya untuk mengontrol variabel luar yang mempengaruhi pelaksanaan eksperimen. Desain digunakan jika peneliti dapat melakukan kontrol atas berbagai variabel yang

berpengaruh, tetapi tidak cukup untuk melakukan eksperimen yang sesungguhnya. Dalam eksperimen ini, jika menggunakan random tidak diperhatikan aspek kesetaraan maupun grup kontrol (Fatoni, 2013).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa quasi experimental design adalah jenis desain penelitian yang memiliki kelompok kontrol dan kelompok eksperimen tidak dipilih secara random. Peneliti menggunakan desain quasi experimental design karena dalam penelitian ini terdapat variabel-variabel dari luar yang tidak dapat dikontrol oleh peneliti.

### **3.2.2 Tujuan**

Tujuan penelitian Quasi Eksperimen adalah untuk memperkirakan kondisi eksperimen murni dalam keadaan tidak memungkinkan untuk mengontrol dan atau memanipulasi semua variabel yang relevan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan hubungan sebab akibat dengan cara melibatkan kelompok kontrol disamping kelompok eksperimen, namun pemilahan kedua kelompok tersebut tidak dengan teknik random. Penelitian eksperimental semu bertujuan untuk menjelaskan hubungan-hubungan, mengklarifikasi penyebab terjadinya suatu peristiwa, atau keduanya. Desain penelitian Quasi Eksperimen sering digunakan pada penelitian lapangan (Riyanto, 2011)

### **3.2.3 Langkah-Langkah Quasi Eksperimen**

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik berikut ini menurut Riyanto (2011) adalah langkah-langkah eksperimen quasi :

- 1) Melakukan tinjauan literature, terutama yang berhubungan dengan masalah yang akan di teliti.
- 2) Mengidentifikasi dan membatasi masalah penelitian
- 3) Merumuskan hipotesis-hipotesis penelitian
- 4) Menyusun rencana *treatment*, yang biasanya mencakup
  - a) Melakukan pengumpulan data tahap pertama
  - b) Melakukan pengumpulan data tahap pertama (*pretest*)
  - c) Melakukan *Treatment*
  - d) Mengumpulkan data tahap kedua (*posttest*)
- 5) Mengolah dan menganalisis data.

6) Menyusun laporan

### **3.2.4 Desain Quasi Eksperimen**

Penelitian ini merupakan penelitian quasi eksperimen, dengan menggunakan analisis data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) menyatakan bahwa penelitian eksperimen adalah metode penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang terkendali. Dari pendapat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian eksperimen adalah penelitian dengan melakukan percobaan terhadap kelompok eksperimen, kepada tiap kelompok eksperimen dikenakan perlakuan-perlakuan tertentu dengan kondisi-kondisi yang dapat di kontrol.

Menurut Riyanto (2011) penelitian eksperimen merupakan penelitian yang sistematis, logis, dan teliti didalam melakukan kontrol terhadap kondisi.

Dalam rancangan quasi biasanya menggunakan kelompok subjek yang telah terbentuk secara wajar, sehingga sejak awal bisa saja kedua kelompok subjek telah memiliki karakteristik berbeda. Apabila pada Posttest ternyata kedua kelompok itu berbeda mungkin saja perbedaannya bukan disebabkan oleh perlakuan tetapi karena sejak awal kedua kelompok sudah berbeda. Kontrol terhadap variabel-variabel yang berpengaruh terhadap eksperimen tidak dilakukan karena eksperimen ini biasanya dilakukan di masyarakat.

Menurut Sugiyono (2012) pada dasarnya quasi experimental design terdapat dua bentuk yaitu *non-equivalent control group design* dan *time series design*. Berikut ini beberapa jenis rancangan (desain) dengan menggunakan quasi eksperimen penelitian antara lain;

#### **1) *Posttest Only (Non-Equivalent Control Group Design)***

Rancangan ini pada dasarnya sama dengan rancangan secara acak dengan tes akhir dan kelompok control diatas tadi. Perbedaannya hanyalah terletak pada teknik yang digunakan di dalam upaya mengekuivalenkan/menyamakan kelompok eksperimen dengan kelompok kontrol. Pada rancangan ini, bukan proses randomisasi yang digunakan, melainkan menggunakan kelompok yang sudah ada, akan tetapi subjek yang dikenai pascates terbatas pada subjek-subjek yang dapat dijodohkan. Skema model penelitian ini adalah:

**Tabel 3.3**Model Desain Eksperimen *Non-Equivalent Control Group Design*

Grup	Variabel Terikat	Posttest
(NR)	X	Y <sub>2</sub>
(NR)	-	Y <sub>2</sub>

**2) Pretest-Posttest (Non-Equivalent Control Group Design)**

Rancangan ini pada dasarnya sama dengan rancangan secara acak pratest-posttest dan kelompok control diatas tadi. Perbedaannya hanyalah terletak pada teknik yang digunakan di dalam upaya mengekuivalenkan/menyamakan kelompok eksperimen dengan kelompok kontrol. Pada rancangan ini, bukan proses randomisasi yang digunakan, melainkan menggunakan kelompok yang sudah ada, akan tetapi subjek yang dikenai pratest dan pascates terbatas pada subjek-subjek yang dapat dijodohkan. Skema model penelitian ini adalah:

**Tabel 3.4**Model Desain Eksperimen *Non-Equivalent Control Group Design*

Grup	Pratest	Variabel terikat	Posttest
(NR)	Y <sub>1</sub>	X	Y <sub>2</sub>
(NR)	Y <sub>1</sub>	-	Y <sub>2</sub>

**3) Rancangan Rangkaian Waktu (Time-Series Design)**

Pada rancangn penelitian *design time-series*, peneliti melakukan pengukuran di depan selama tiga kali berturut-turut, kemudian peneliti memberikan perlakuan pada obyek yang diteliti. Selanjutnya peneliti melakukan pengukuran selama tiga kali lagi setelah perlakuan tersebut dilakukan. Desain penelitian ini merupakan pengembangan dari *One Group Pretest-Posttest Design*, jika pengukuran dilakukan secara berulang-ulang dalam kurun waktu tertentu.

**4) Rancangan rangkaian waktu dengan kelompok pembanding (Time Series Design)**

Pada dasarnya rancangan ini adalah rancangan penelitian *design time-series*, perbedaannya adalah dengan menggunakan kelompok pembanding (*control group*). Rancangan penelitian ini lebih memungkinkan adanya kontrol terhadap validitas internal, sehingga keuntungan dari rancangan ini lebih menjamin adanya validitas internal yang tinggi. Berikut ini adalah model dari penelitian ini, yaitu;

**Tabel 3.5**

Model Desain Eksperimen *Control Time Series Design*

Grup	Pretest	Perlakuan	Posttest
(NR)	O <sub>1</sub> O <sub>2</sub> O <sub>3</sub> O <sub>4</sub>	X	O <sub>5</sub> O <sub>6</sub> O <sub>7</sub> O <sub>8</sub>
(NR)	O <sub>1</sub> O <sub>2</sub> O <sub>3</sub> O <sub>4</sub>	X	O <sub>5</sub> O <sub>6</sub> O <sub>7</sub> O <sub>8</sub>

Penelitian seperti ini disebut sebagai penelitian kuasi eksperimen (eksperimen semu). Jadi penelitian kuasi eksperimen menggunakan seluruh subjek dalam kelompok (group) untuk diberi perlakuan (treatment), bukan menggunakan subjek yang diambil secara acak.

Selain pembagian diatas, desain penelitian eksperimental dibedakan lagi berdasarkan pada jumlah kelompok yang digunakan, yaitu:

**A. Desain satu kelompok.**

Berdasarkan jumlah pengukuran terhadap variable independen, desain satu kelompok dapat dibedakan atas;

- 1) *One-Group Posttest Design*
- 2) *One-Group Pretest-Posttest Design*
- 3) *Time Series Design*

**B. Desain dua kelompok**

Beberapa jenis desain eksperimental dua kelompok adalah:

- 1) *Static Group Design*
- 2) *Nonrandomized Pretest-Posttest Control Group Design*
- 3) *Randomized Two-groups Design*
- 4) *Randomized Matched Two-groups Design*

## 5) *Randomized Pretest-Posttest Control Group Design*

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga, seperti yang ditulis oleh Burhan Bungin dalam bukunya Metode penelitian Kuantitatif halaman 109 menyatakan;

*Populasi penelitian merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. (Bungin, 2005)*

Populasi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti. Populasi dapat juga diartikan kumpulan orang atau subyek dan obyek yang diamati, dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat karena yang menjadi target media komunikasi KPK adalah masyarakat, dijelaskan pula bahwa masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi orang lain. Berdasarkan pengertian tersebut, populasi dalam penelitian ini termasuk ke dalam populasi yang tidak terbatas, yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak jelas batas-batasnya secara kuantitatif.

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah merupakan target utama dari media komunikasi KPK yang merupakan kelompok masyarakat yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi, yaitu; Pekerja, yaitu orang-orang yang mewakili masyarakat umum yang memiliki pekerjaan tetap, yang terdiri atas; Pegawai Negeri Sipil (PNS), pegawai swasta dengan berbagai kompetensi. Kelompok pekerja ini mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi karena memiliki independensi dalam hal pendapatan, rata-rata mempunyai pendidikan yang cukup, mempunyai pengalaman kerja dan berinteraksi yang cukup.

### 3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel didefinisikan oleh Sugiyono bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jadi peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2012).

Untuk mendapatkan sampel yang memenuhi standar validitas penelitian treatment, maka bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ada yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, oleh karena itu sampel harus representatif.

Menurut pendapat Gay bahwa sampel haruslah sebesar-besarnya. Pendapat ini mengasumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil maka akan semakin representatif dan hasilnya dapat digeneralisir. Namun ukuran sampel yang diterima akan sangat bergantung pada jenis penelitiannya dengan penjelasan sebagai berikut (Gay, 1992);

- 1) Jika penelitiannya bersifat deskriptif, maka sampel minimumnya adalah 10% dari populasi
- 2) Jika penelitiannya korelasional, sampel minimumnya adalah 30 subjek.
- 3) Apabila penelitian kausal perbandingan, sampelnya sebanyak 30 subjek per group
- 4) Apabila penelitian eksperimental, sampel minimumnya adalah 15 subjek per group.

Hal yang hampir sama disampaikan oleh Roscoe dalam Uma Sekaran juga memberikan beberapa panduan untuk menentukan ukuran sampel yaitu :

- 1) Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian
- 2) Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat
- 3) Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian
- 4) Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20 (Sekaran, 2006).



Jumlah sampel ditetapkan dengan menggunakan total sampling, yaitu 30 orang bagi masing-masing kelompok eksperimen untuk memperoleh sampel yang representatif.

**Tabel 3.6**

Kelompok Eksperimen/Intervensi/Treatment

Kelompok pekerja
30 Orang

Responden kelompok ini mendapatkan tes awalan (*pretest*), *treatment*/intervensi dan tes akhir (*posttest*) sesuai dengan rancangan penelitian. Hasil tes ini yang menjadi sumber data dan informasi untuk menjawab apakah media komunikasi KPK berupa portal website dan media sosial mempunyai pengaruh terhadap pemahaman dan persepsi korupsi masyarakat dalam upaya pemberantasan korupsi. Peneliti ingin mengetahui efek media komunikasi KPK dalam upaya membangun pemahaman dan persepsi korupsi pada kategori pekerja.

Untuk mendapatkan jawabannya, Peneliti mengambil subjek penelitian dari kategori pekerja, subyek penelitian sebanyak 30 orang kelompok eksperimen/intervensi dengan usia 21 – 50 tahun. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini pekerja swasta bekerja sebagai staf administrasi perkantoran, Pegawai Negeri Sipil, dan lain sebagainya.

**Tabel 3.7**

Subjek Penelitian Kategori Pekerja

Kategori	Jumlah
Pekerja (21 - 57)	30 Orang
TOTAL Subjek	30 Orang

Pembagian subjek penelitian berdasarkan pekerjaan utama ini untuk melihat apakah media komunikasi KPK bisa memengaruhi pemahaman dan persepsi korupsi pada kategori pekerja, responden kategori pekerja diuji sesuai dengan desain penelitian yang telah dijelaskan dalam sub bab sebelumnya.

### **3.4 Variabel Penelitian**

Variabel berasal dari kata bahasa Inggris yaitu *variable* yang berarti faktor tak tetap atau berubah-ubah. Menurut Bungin variabel adalah Fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, kuantitas, mutu standard dan sebagainya (Bungin, 2005).

Sementara itu operasional variabel menurut Hoover dalam Ritonga dalam bukunya Riset Kehumasan halaman 28, berarti;

*Menyesuaikan mana yang dipakai bagi suatu perilaku pada cara khusus untuk mengamati dan mengukur perilaku itu. Pendapat Hoover ini tentu tidak terbatas hanya pada variabel-variabel perilaku saja, tetapi juga terhadap semua variabel penelitian yang berkaitan dengan kognitif, afektif, karakteristik individu atau kelompok. Jadi, memuat identifikasi sifat-sifat sesuatu (variabel) sehingga dapat digunakan untuk penelitian. Sifat-sifat tersebut berkaitan dengan batas-batas tiap kategori dari variabel yang akan diteliti (Ritonga, 2004).*

Operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah, “Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel yang terikat, atau disebut juga sebagai “*stimulus, predictor antecedent*”. Masih menurut Sugiyono, “Variabel yang terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang akan menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel ini sering disebut sebagai output, kriteria, atau konsekuen (Sugiyono, 2012).

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari :

- 1) Variabel Bebas (Independen). Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah konten dan tampilan yang ada pada Media Komunikasi KPK yang terdiri atas Website dan Media Sosial Instagram.
- 2) Variabel Terikat (Dependen). Sedangkan yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah aspek-aspek persepsi korupsi, yaitu ; 1) Kognitif, 2) Afektif dan 3) Konatif (psikomotorik)

#### **3.4.1 Definisi Operasional**

Di dalam tesis ini terdapat dua variabel, yaitu media komunikasi KPK yang terdiri atas website dan media sosial Instagram sebagai variabel bebas (independen) dan

aspek-aspek persepsi korupsi yang terdiri atas Aspek Kognitif sebagai variabel dependen 1, Aspek Afektif sebagai variabel dependen 2 dan Aspek Konatif sebagai variabel dependen 3.

Untuk mencegah kesalahan dalam penafsiran dari definisi masing-masing variabel, peneliti akan memberikan penegasan berupa definisi operasionalnya.

Menurut Djiwandono, definisi operasional adalah pengertian sebuah variabel dalam istilah yang bisa diamati, bisa diuji dan bisa dijadikan angka. Memberikan definisi operasional kepada variabel untuk mencegah terjadinya pemaknaan yang luas (Djiwandono, 2015).

Berikut definisi operasional dari masing-masing variabel:

- a. Dalam upaya pemberantasan korupsi secara preventif, keterlibatan masyarakat menjadi faktor yang penting. Oleh sebab itu pengetahuan dan pemahaman atas korupsi baik secara perundang-undangan, aturan, definisi, jenis, peristiwa serta konsep antikorupsi oleh masyarakat menjadi sesuatu yang memegang peran penting. Tanpa adanya pemahaman yang baik, maka akan sulit diberantas. Konten media menjadi faktor yang mempengaruhi pemahaman dan persepsi korupsi masyarakat.
- b. Persepsi korupsi merupakan salah satu cara untuk mengukur tingkat persepsi ataupun yang akan berujung pada perilaku seseorang, apakah cenderung korupsi atau cenderung antikorupsi. Persepsi korupsi ini dibangun atas tiga aspek persepsi, yaitu; 1) Aspek Kognitif, 2) Aspek Afektif dan 3) Aspek Konatif. Ketiga aspek ini merupakan ukuran persepsi korupsi, dimana semakin tinggi nilai atau angka atau indeks seseorang yang diukur, maka kecenderungan korupsi seseorang tersebut semakin kecil.

Dalam penelitian ini hiptesanya adalah bahwa media komunikasi yang baik akan membantuk pemahaman yang baik diharapkan akan meningkatkan perspesi korupsi masyarakat.

### **3.4.2 Proses Pembuatan Instrumen Penelitian**

Pembuatan instrumen treatment pada penelitian ini adalah menyusun questioner berupa pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur persepsi korupsi responden. Dari

pertanyaan yang mengarah ke persepsi korupsi ini yang akan diukur pada penelitian kali ini adalah aspek-aspek yang ada dalam persepsi meliputi;

- 1) Aspek Kognitif
- 2) Aspek Afektif
- 3) Aspek Konatif (Psikomotorik)

Ketiga aspek tadi merupakan aspek penting dalam konstruk persepsi sehingga dalam materi treatment awal tentang persepsi korupsi menggunakan tiga aspek tersebut. Pembuatan materi tersebut melalui konsultasi dengan ahli, dalam hal ini adalah **Handrix Chris Haryanto, MA**, Ketua Program Studi dan Dosen Tetap Program Studi Psikologi Universitas Paramadina dan **Tia Rahmania, M.Psi**, Dekan Fakultas Filsafat dan Peradaban, dan juga Dosen Tetap Program Studi Psikologi Universitas Paramadina.

#### **3.4.2.1 Uji Validitas Instrumen**

Uji Validitas menurut Kriyantono merupakan instrumen pengumpulan data atau instrument periset adalah alat bantu dalam mengumpulkan atau mengukur data (Kriyantono, 2006).

Agar data yang dikumpulkan sesuai dengan tujuan riset atau valid, maka instrumen penelitian harus memenuhi sejumlah persyaratan, diantaranya reliabel dan valid. Untuk itu, Instrumen dalam penelitian ini dites melalui uji validitas menggunakan cara sebagai berikut:

##### **A. Validitas *Face Validity***

Untuk mendapatkan validitas *Face Validity* ini, peneliti menggunakan penilaian dari 2 orang ahli yaitu; 1) Ahli di bidang pendidikan anti-korupsi dan penyuluh anti-korupsi. Adapun yang menjadi Expert 1 ini adalah **Assriana Issa Sofia, MA**, Dosen Pendidikan Anti-Korupsi dengan pengalaman 10 tahun, mempunyai pendidikan integritas dari KPK dan Tiri Integrity School di European University of Budapest, Hungaria, menjadi Trainer Nasional DIKTI untuk Pendidikan Anti-Korupsi sejak tahun 2012 serta telah mendapatkan Sertifikasi Profesi Penyuluh Anti-Korupsi dari KPK. Selanjutnya 2) Expert di bidang psikologi khususnya mengenai penelitian treatment. Adapun untuk Ahli 2 dalam hal ini adalah **Tia Rahmania, M.Psi**,

Dekan Fakultas Filsafat dan Peradaban, Dosen Tetap dan mantan Ketua Program Studi Psikologi Universitas Paramadina yang sangat berpengalaman dengan penelitian eksperimen. Validitas ini dilakukan dengan cara ini dikarenakan belum adanya standar dalam menentukan instrumen untuk penelitian ini. Dari hasil penyusunan questioner dan validasi didapatkan jumlah pertanyaan sebagai berikut;

**Tabel 3.8**

Tabel Item Pertanyaan Aspek Kognitif, Afektif dan Konatif berdasarkan Validitas  
*Face Validity*

<b>NO</b>	<b>PRE-TEST</b>	<b>Ahli 1</b>	<b>Ahli 2</b>	<b>Keterangan</b>
<b>A</b>	<b>ASPEK KOGNITIF</b> (Ranah "to know": tahu, paham)			
1	Saya mengerti dan paham apa perbedaan arti tindak pidana korupsi dan perilaku koruptif	<b>V</b>	<b>V</b>	kedua Ahli merasa bahwa pertanyaan yang ada sudah cukup untuk aspek kognitif
2	Saya mengetahui secara pasti apa saja jenis tindak pidana korupsi sesuai yang tertera dalam Undang-Undang	<b>V</b>	<b>V</b>	
3	Saya mengetahui dengan baik dampak yang diakibatkan oleh tindak pidana korupsi	<b>V</b>	<b>V</b>	
4	Saya tahu apa itu tindak pidana korupsi gratifikasi dengan baik	<b>V</b>	<b>V</b>	
5	Saya tahu cara melapor kepada lembaga penegak hukum KPK apabila saya melihat kejadian tindak pidana korupsi yang ada di sekitar saya	<b>V</b>	<b>V</b>	
6	Saya tahu KPK, Polisi, Kejaksaan adalah lembaga-lembaga penegak hukum yang berhubungan dengan tindak pidana korupsi di Indonesia	<b>V</b>	<b>V</b>	
7	saya mengetahui nilai dan prinsip antikorupsi agar terhindar dari tindak pidana korupsi	<b>V</b>	<b>V</b>	
8	saya mengetahui kasus-kasus korupsi E-KTP yang terjadi	<b>V</b>	<b>V</b>	
9	Saya sangat paham bahwa benturan kepentingan dalam pengadaan masuk dalam tindak	<b>V</b>	<b>V</b>	

	pidana korupsi			
10	Saya sangat mengerti bahwa memberikan janji kepada pegawai negeri apabila memenangkan tender atau proyek bisa dijerat pasal tindak pidana korupsi	V	V	
<b>B</b>	<b>ASPEK AFEKTIF</b> (Ranah "to care, to feel" - tingkat komitmen dan intensitas (peduli, mendukung, menilai baik buruk))			
1	Saya merasa bangga dengan upaya pemerintah dalam memberantas korupsi selama ini	V	V	kedua Ahli merasa bahwa pertanyaan yang ada sudah cukup untuk aspek afektif
2	Saya selalu peduli dengan berbagai upaya pemerintah dalam memberantas korupsi karena itu memang tugas dan wewenang pemerintah	V	V	
3	Saya sangat emosional ketika melihat kejadian penangkapan pejabat ataupun swasta karena melakukan suap	V	V	
4	saya sangat peduli dengan Operasi Tangkap Tangan (OTT) yang dilakukan oleh KPK	V	V	
5	Saya takut untuk melapor kalau melihat tindak pidana korupsi	V	V	
6	Saya selalu was-was menerima uang lebih dari yang seharusnya dibayar	V	V	
7	menurut saya adalah hal yang tidak wajar ketika melihat politikus menyuap pejabat pemerintahan, walaupun itu bagian dari strategi politiknya	V	V	
8	saya merasa bahwa korupsi bukan merupakan budaya yang ada di Indonesia	V	V	
9	Saya merasa tidak nyaman dan terganggu menghadapi birokrasi yang berbelit dan bahkan membayar mahal	V	V	
10	Saya merasa was-was dan berhati-hati ketika mendapatkan pekerjaan di tempat yang 'basah'.	V	V	
<b>C</b>	<b>ASPEK KONATIF</b> (Ranah "to perform" : action secara			

	fisik maupun emosi)			
1	Saya akan melapor apabila melihat tindak pidana korupsi	<b>V</b>	<b>V</b>	kedua Ahli merasa bahwa pertanyaan yang ada sudah cukup untuk aspek konatif (psikomotorik)
2	Saya diam saja ketika melihat tindak pidana korupsi karena itu urusan orang lain	<b>V</b>	<b>V</b>	
3	Saya cenderung menghindar dan tidak mau berurusan dari tindak pidana korupsi	<b>V</b>	<b>V</b>	
4	walaupun saya tahu urusannya panjang, kalau saya ditangkap polisi lalu lintas saya tidak akan menyuap polisi	<b>V</b>	<b>V</b>	
5	Saya tidak akan membayar parkir apabila tidak menerima karcis resmi	<b>V</b>	<b>V</b>	
6	Memberi hadiah kepada guru sewaktu kenaikan kelas merupakan hal yang tidak seharusnya dilakukan	<b>V</b>	<b>V</b>	
7	Memberi hadiah pasca ujian kelulusan tanda terima kasih adalah sesuatu yang tidak harus saya lakukan	<b>V</b>	<b>V</b>	
8	Walaupun saya harus menunggu lama, saya tidak akan memberi tips ke petugas agar penyelesaian urusan saya lebih cepat dan terjamin	<b>V</b>	<b>V</b>	
9	Menggunakan fasilitas negara untuk pribadi adalah sesuatu yang tidak akan saya lakukan walau itu memudahkan saya	<b>V</b>	<b>V</b>	
10	Apabila saya menghadapi masalah yang sulit dengan pihak lain saya lebih memilih untuk tidak memberikan uang tutup mulut atau apapun agar permasalahan selesai	<b>V</b>	<b>V</b>	
11	Saya akan berusaha sendiri tanpa bantuan saudara atau kerabat dekat untuk mendapatkan pekerjaan	<b>V</b>	<b>V</b>	
12	Kalau ada undangan hajatan saya memberikan hadiah yang lebih	<b>V</b>	<b>V</b>	

	tinggi kepada atasan daripada bawahan atau yang selevel			
13	Kalau Saya terima uang yang lebih dari seharusnya, maka saya perlu bertanya mengapa saya diberi uang lebih tanpa takut menyinggung perasaan orang	V	V	
14	Saya tahu caranya untuk tidak terlibat dalam tindak pidana korupsi	V	V	
15	saya tidak akan melakukan suap walaupun untuk mendapatkan pekerjaan tersebut harus bersaing dengan keras	V	V	

Kedua *expert* menyatakan bahwa seluruh pertanyaan untuk aspek kognitif, afektif dan konatif dianggap valid dan bisa dilakukan untuk uji reliabilitas.

### B. Validitas Konstrak

Validitas konstrak ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas penelitian ini, walaupun dari hasil validitas *Face Validity* sudah dianggap valid. Validitas konstrak ini akan mengukur kembali item-item pertanyaan yang ada pada validitas *Face Validity* dan Uji Reliabilitas.

Prosedur yang harus dilakukan dalam mendapatkan validitas konstrak ini, peneliti akan menyebarkan pre-test sebanyak-banyaknya kepada responden mahasiswa ataupun responden pekerja. Jumlah minimum yang disarankan oleh konsultan Peneliti adalah minimum 100 responden untuk masing-masing kelompok Mahasiswa dan Pekerja, oleh sebab itu Peneliti dalam hal ini menggunakan strategi dalam melakukan Validitas Konstrak dilakukan bersamaan dengan Pretest. Selanjutnya dilakukan analisis *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*.

#### 3.4.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Menurut Singaribun seperti dikutip Arikunto menyatakan bahwa reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya dan diandalkan. Instrumen yang dibangun harus memenuhi syarat bisa diandalkan dan konsisten. Untuk itu bisa digunakan berkali-kali dengan tingkat konsistensi yang tinggi. Namun pada prinsipnya, reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu instrumen di dalam mengukur gejala yang sama. (Arikunto, 2000)



Salah satu pengujian reliabilitas adalah melalui metode Alpha Cronbach's. Koefisien Alpha yang dihasilkan berada pada rentang 0-1. Semakin mendekati angka 1, maka instrumen semakin andal dan konsisten. Nilai Alpha Cronbach's yang bisa diterima atau dikatakan reliabel adalah 0,6 atau lebih. Dengan demikian instrumen dengan nilai tersebut bisa berguna bagi peneliti lain untuk digunakan kembali dalam mengukur objek tertentu.

Adapun formula Alpha Cronbach's yang digunakan dalam menguji instrumen sebagai berikut:

Rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan :

$\alpha$  = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S<sub>j</sub> = varians responden untuk item I

S<sub>x</sub> = jumlah varians skor total

Untuk melakukan Uji Reliabilitas ini, Peneliti menggunakan items pertanyaan yang sudah divalidasi oleh ahli dan menggunakan 30 responden sebagai target responden Pekerja. Dengan menggunakan skala Ordinal Likert 1-4, dimana nilai semakin mendekati 4 menunjukkan bahwa persepsi korupsi responden semakin baik dan semakin anti-korupsi, sebaliknya juga apabila nilai semakin mendekati 1 maka hal ini menunjukkan bahwa persepsi korupsi responden semakin rendah dan permisif terhadap korupsi.

Uji reliabilitas ini dilakukan pada tanggal 31 Juli-3 Agustus 2018 dengan menyebarkan kuesioner kepada target kelompok pekerja dengan menggunakan media *google.docs/form* yang berisi pertanyaan-pertanyaan dari aspek kognitif (10

pertanyaan), afektif (10 pertanyaan dan konatif (15 pertanyaan). Uji reliabilitas ini diikuti oleh 34 responden.

Selanjutnya dari hasil uji reliabilitas tersebut akan diolah dan hasil analisis melalui SPSS menunjukkan hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 3.9**

Hasil Uji 1 dan Uji 2 Variabel Item

Sampel	Uji 1		Uji 2	
	Alpha Cronbach's	Jumlah Pertanyaan	Alpha Cronbach's	Jumlah Pertanyaan
Pekerja	0,802	35	0,887	29

Berdasarkan hasil uji 1 dan uji 2 di atas, maka nilai Alpha Cronbach's lebih dari 0,6 atau di atas nilai standar minimum yang disarankan, yang artinya reliabel item bisa diterima.

Hal yang menjadi perbedaan dalam 2 kali uji tersebut adalah dari jumlah pertanyaan yang gugur, sehingga untuk sampel Pekerja dari item 35 pertanyaan menjadi item 29 pertanyaan.

Hasil uji ini masih dalam posisi valid namun validitas konten ini menjadi validitas yang rendah. Kondisi ini terjadi karena jumlah responden untuk reliabilitas menggunakan jumlah minimum yaitu 30 responden sedangkan alat ini adalah alat yang baru.

Untuk mendapatkan 1 alat yang bisa digunakan oleh kedua sampel, maka dilakukan perbaikan masing-masing item yang lemah atau memiliki daya diskriminasi yang rendah. Hal ini dilakukan agar dalam pretest sampai posttest hanya menggunakan 1 alat untuk mengejar efektifitas dan efisiensi waktu penelitian.

Berikut ini adalah perbaikan item pertanyaan yang selanjutnya bisa digunakan untuk pretest sampel mahasiswa dan pekerja, sebagai berikut;

**Tabel 3.10**

Tabel Perbaikan Item Pertanyaan Pretest

NO	PRE-TEST	Jawaban
----	----------	---------

<b>A</b>	<b>ASPEK KOGNITIF</b>	berilah tanda centang $\surd$ (copy) untuk mengisi jawaban anda, (1) = Sangat Tidak Setuju, (2) = Tidak Setuju, (3) = Setuju, (4) = Sangat Setuju.			
1	Saya mengerti dan paham definisi tindak pidana korupsi dan perilaku koruptif	1	2	3	4
2	Saya mengetahui secara pasti apa saja jenis tindak pidana korupsi sesuai yang tertera dalam Undang-Undang	1	2	3	4
3	Saya mengetahui dengan baik dampak yang diakibatkan oleh tindak pidana korupsi	1	2	3	4
4	Saya tahu apa itu tindak pidana korupsi gratifikasi dengan baik	1	2	3	4
5	Saya tahu cara melapor ke KPK apabila saya melihat kejadian tindak pidana korupsi yang ada di sekitar saya	1	2	3	4
6	Saya tahu KPK, Polisi, Kejaksaan adalah lembaga-lembaga penegak hukum yang berhubungan dengan tindak pidana korupsi di Indonesia	1	2	3	4
7	saya mengetahui nilai dan prinsip antikorupsi agar terhindar dari tindak pidana korupsi	1	2	3	4
8	saya mengetahui kasus-kasus korupsi E-KTP yang terjadi	1	2	3	4
9	Saya sangat paham bahwa benturan kepentingan dalam pengadaan masuk dalam tindak pidana korupsi	1	2	3	4
10	Saya sangat mengerti bahwa memberikan janji kepada pegawai negeri apabila memenangkan tender atau proyek bisa dijerat pasal tindak pidana korupsi	1	2	3	4
<b>B</b>	<b>ASPEK AFEKTIF</b>				
11	Saya mendukung upaya pemerintah dalam memberantas korupsi sejauh ini	1	2	3	4
12	Saya mendukung KPK menangkap pejabat yang korupsi	1	2	3	4
13	Saya sangat emosional ketika melihat kejadian penangkapan pejabat ataupun swasta karena melakukan suap	1	2	3	4
14	Saya sangat mendukung dengan Operasi Tangkap Tangan (OTT) yang dilakukan oleh KPK	1	2	3	4

15	Saya merasa tidak nyaman menerima uang dari sumber yang tidak jelas		1	2	3	4	
16	Saya menilai perbuatan politikus menyuap pemerintah adalah tidak wajar		1	2	3	4	
17	Saya menilai korupsi bukan budaya Indonesia		1	2	3	4	
18	Saya menilai birokrasi yang lambat dan berbelit itu tidak wajar		1	2	3	4	
19	Saya menilai bahwa mendapatkan pekerjaan di tempat yang 'basah' artinya saya harus selalu waspada atas korupsi		1	2	3	4	
<b>C</b>	<b>ASPEK KONATIF</b>						
20	Saya akan melapor ke KPK kalau melihat tindak pidana korupsi		1	2	3	4	
21	Saya terima ditilang kalau melanggar lalu lintas		1	2	3	4	
22	Saya hanya membayar parkir yang resmi saja		1	2	3	4	
23	Memberi hadiah kepada guru sewaktu kenaikan kelas merupakan hal yang tidak seharusnya dilakukan		1	2	3	4	
24	Saya tidak akan menyuap petugas untuk mempercepat urusan saya		1	2	3	4	
25	Saya tidak akan menggunakan fasilitas negara untuk kepentingan pribadi		1	2	3	4	
26	Apabila saya menghadapi masalah yang sulit dengan pihak lain saya lebih memilih untuk tidak memberikan uang tutup mulut atau apapun agar permasalahan selesai		1	2	3	4	
27	Saya akan berusaha sendiri tanpa bantuan saudara atau kerabat dekat untuk mendapatkan pekerjaan		1	2	3	4	
28	Kalau ada undangan hajatan saya tidak memberikan hadiah yang lebih tinggi kepada atasan daripada bawahan atau yang selevel		1	2	3	4	
29	Kalau Saya terima uang yang lebih dari seharusnya, maka saya perlu bertanya mengapa saya diberi uang lebih tanpa takut menyinggung perasaan orang		1	2	3	4	

Selanjutnya instrumen ini digunakan untuk melakukan pretest dan untuk menaikkan kadar validitas, maka ketika melakukan pretest dilakukan uji reliabilitas

item kembali untuk menapatkan item pertanyaan yang lebih baik dengan asumsi responden suah melebihi jumlah minimum 100 responden (Juliansyah, 2011).

Sedangkan untuk menganalisa penelitian ini menggunakan uji beda (Uji-t). Uji-t digunakan untuk mengetahui signifikansi perbedaan nilai *mean* antara pretest dan posttest. Dalam hal ini pre-test bisa lebih besar atau lebih kecil dari posttest. Penghitungan uji beda menggunakan program SPSS.

Untuk melihat dari sisi lain hasil penelitian, selain menggunakan Uji-t, Peneliti juga menggunakan Uji *Wilcoxon Signed Rank Test (Rank Sum Test)* yang Merupakan uji non-parametrik untuk mengetahui lebih detail perubahan yang terjadi setelah treatment dilakukan, selain itu juga untuk memberikan hasil analisis dengan perspektif yang lain yang lain apabila dalam penelitian didapat kurva sebaran yang tidak normal.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti adalah melalui penggunaan data primer dan data sekunder.

Data primer menurut Bungin adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer didapat dari responden dengan cara menyebarkan kuesioner yang seluruh jawabannya dijadikan bahan utama dalam penelitian ini (Bungin, 2005).

Pengertian kuesioner menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya adalah daftar pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti sebelumnya, dan dibagikan kepada responden untuk medapatkan jawaban yang sesuai dengan tujuan penelitian (Rakhmat, 2003).

Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner akan menjelaskan persepsi korupsi responden dalam penelitian ini. Dalam kuesioner tersebut digunakan bentuk pertanyaan tertutup. Pertanyaan secara tertutup adalah bentuk pertanyaan yang dilengkapi atau disertai sejumlah alternatif atau kategori jawaban, dan responden tinggal memilih salah satu dari alternatif atau kategori jawaban yang telah disediakan sesuai dengan pilihannya.

Instrument penelitian yang akan peneliti gunakan adalah skala ordinal, yaitu: skala ordinal yaitu variabel yang dibentuk berdasarkan atas jenjang dalam atribut tertentu: jenjang tertinggi dan terendah sesungguhnya ditetapkan menurut kesepakatan sehingga angka 1 atau angka 10 berada pada tingkatan jenjang yang paling tinggi atau paling rendah (Bungin, 2005).

Berdasarkan penjelasan di atas, Peneliti berpendapat bahwa skala ordinal menjelaskan besarnya angka berdasarkan pilihan jawaban yang telah dipilih untuk responden yang diajukan oleh Peneliti, dimana: (1) = Sangat Tidak Setuju, (2) = Tidak Setuju, (3) = Setuju, (4) = Sangat Setuju. Peneliti menrima anjuran konsultan untuk tidak menggunakan pilihan ganjil (5) untuk menghindari responden yang cenderung memilih angka 3.

Data Sekunder didefinisikan oleh Bungin adalah, "Data dan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan." Berdasarkan definisi di atas, data sekunder yang didapat dari penelitian ini yaitu kepustakaan dengan meneliti berbagai buku (Bungin, 2005).

Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan landasan teori yang diperlukan agar dapat melengkapi data penelitian. Selain dari kepustakaan, data sekunder dikumpulkan melalui wawancara formal maupun informal, internet, dan data-data dokumentasi lainnya.

### **3.6 Prosedur Pretest-Treatment-Posttest**

Prosedur penelitian adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan peneliti secara teratur dan sistematis untuk mencapai tujuan penelitian. Untuk mencapai tujuan penelitian, yaitu mengetahui efektifitas media komunikasi KPK dengan persepsi korupsi masyarakat, untuk itu peneliti melakukan sejumlah tahapan, yaitu pre-test, *treatment*, post-test dan pengumpulan data.

Kepada kelompok *treatment*, sebelum pretest dilakukan, peneliti memberikan penjelasan, dan instruksi tentang pengisian soal kepada subjek penelitian. Setelah subjek penelitian mengisi soal pretest terisi, peneliti kemudian menunjukkan media komunikasi KPK berupa portal website dan media sosial Instragram selanjutnya meminta subjek penelitian untuk membuka, melihat dan membacanya secara

seksama selama waktu 1 hari dengan asumsi untuk memori waktu yang lama (*long term memory*) sesuai arahan dari konsultan tentang lamanya waktu eksperimen. Untuk itu responden diberikan kebebasan waktu dalam melakukan *treatment* terhadap obyek *treatment*-nya. Hal ini dilakukan karena diasumsikan bahwa peneliti tidak mungkin bisa melakukan *treatment* di lokasi tertentu dalam waktu 1 hari penuh.

Setelah semua media komunikasi dibuka dan dibaca, selanjutnya peneliti kemudian memberikan lagi lembar soal posttest yang isi poin-poinnya sama dengan pretest.

Dalam hal ini penelitian tidak menggunakan kelompok kontrol, karena dalam penelitian ini dianggap sudah cukup dengan 1 kelompok saja.

Teknik pengumpulan data adalah cara peneliti menghimpun data. Dalam hal ini, data yang diambil peneliti adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari lembar checklist yang diisi oleh para responden. Dalam mengumpulkan data, peneliti memasukkan ke dalam program SPSS. Seperti yang telah disinggung sebelumnya, data yang diperoleh peneliti berdasarkan skala Likert melalui lembar checklist. Nilai-nilai yang dimasukkan dari masing-masing pernyataan mulai dari skor 1–4. Rentang skala Likert 1-4 ini menghindari responden untuk kecenderungan mengisi nilai tengah, sehingga penilaian bisa dianggap lebih *fair* dengan menunjukkan kecenderungan yang kuat baik ke arah nilai yang kecil atau yang besar.

Dalam melakukan eksperimen ini, peneliti tidak melakukannya sendiri. Peneliti mendapat bantuan dari rekan-rekan lainnya, seperti dosen, teman, dan mahasiswa. Ada pun prosedur penelitian dijelaskan dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 3.11**

Prosedur Penelitian

Tahapan	Keterangan
Persiapan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan aspek persepsi</li> <li>• Peneliti berkonsultasi kepada expert (expert</li> </ul>

	<p>antikorupsi dan expert penelitian eksperimentatif) untuk melakukan validitas expert judgement.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peneliti memastikan bahwa seluruh pertanyaan sudah divalidasi oleh expert.</li> </ul>
Uji Reliabilitas alat (31 Juli-3 Agustus 2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peneliti menyiapkan link google.form.docs soal Uji reliabilitas untuk bisa diakses melalui Whatsapp dan email.</li> <li>• Peneliti menjelaskan bagaimana tahapan-tahapan pengisian soal kepada subjek penelitian.</li> <li>• Peneliti menjelaskan teknis cara melakukan checklist dalam soal, dan bagaimana cara untuk menganulir jawaban.</li> <li>• Peneliti menyebarkan kepada target responden kelompok pekerja, dengan jumlah minimum 30.</li> <li>• Proses uji validitas dilakukan sampai selesai.</li> </ul>
Pre-test (8-13 Agustus 2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peneliti membagikan soal pretest via link <i>google.form/docs</i> (via <i>Whatsapp</i> dan milis email)</li> <li>• Peneliti memberikan waktu kepada responden untuk mengisi soal pretest dan memastikan tidak kotak <i>checklist</i> yang belum terisi.</li> <li>• Responden selanjutnya mengisi dan submit</li> <li>• Peneliti memeriksa hasil pengisian pretest dari responden.</li> </ul>
Penentuan Responden Treatment (23 Agustus 2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil seluruh pretest yang masuk selanjutnya diolah dan dikelompokan</li> <li>• Dipilih 30 responden dengan kriteria skor terendah atau yang diasumsikan mempunyai kecenderungan korupsi atau dengan kata lain persepsi korupsinya rendah</li> </ul>
Treatment (24-28 Agustus)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peneliti membagikan bahan exposure kepada</li> </ul>



2018)	kelompok sampel pekerja via link <i>google.form/docs</i> (via Whatsaap dan milis email) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peneliti memberikan 1 hari (24 jam) kepada responden untuk melihat, membuka, membaca apapun yang ada pada website portal dan media sosial InstaGram KPK.</li> </ul>
Post-test (24-28 Agustus 2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peneliti membagikan soal posttest yang secara konstrak sama dengan soal pretest, via link <i>google.form/docs</i></li> <li>• Peneliti memberikan waktu kepada partisipan untuk mengisi soal posttest.</li> <li>• Peneliti meminta partisipan untuk memastikan tidak kotak <i>checklist</i> yang belum terisi dan melakukan submit.</li> <li>• Peneliti kembali memeriksa hasil pengisian pretest dari partisipan.</li> </ul>
Pengumpulan dan Pengolahan Data (29 Agustus - 12 September 2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peneliti memasukkan nilai berdasarkan skala Likert dari masing-masing pernyataan partisipan ke dalam SPSS untuk dianalisa.</li> <li>• Peneliti membagi nilai-nilai tersebut ke dalam sub-sub variabel yang dibuat secara terstruktur berdasarkan pernyataan kepada kelompok kategori responden.</li> </ul>

Untuk mengetahui lebih rinci mengenai waktu dan lokasi penelitian dijelaskan dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 3.12**

Partisipan, Lokasi dan Waktu Penelitian

<b>Partisipan</b>	<b>Lokasi</b>	<b>Waktu</b>	<b>Keterangan</b>
Pekerja	Masing-masing lokasi pekerja	8- 28 Agustus 2018	Proses penelitian berlangsung seperti keterangan

			Tabel 3.11
--	--	--	------------

Berdasarkan proses penelitian yang dilakukan, peneliti memperkirakan adanya keterbatasan-keterbatasan.

Pertama, peneliti tak bisa mengawasi secara keseluruhan proses *treatment* dalam penelitian karena penelitian menggunakan *google.form/docs* yang dikirim ke masing-masing responden via *Whatsapp* atau email.

Kedua, penelitian yang dilakukan banyak lokasi kota, kampus, kantor, rumah dan sebagainya, sehingga peneliti tak bisa mengawasi satu per satu responden yang terlibat dalam *treatment*. Sehingga dimungkin untuk terjadinya saling mengetahui antar responden atau tidak melakukan apa yang diinstruksikan.

Ketiga, *treatment* membutuhkan waktu yang dibutuhkan untuk *long term memory* (1 hari *treatment* atau 1X24 jam) sehingga banyak faktor yang mungkin berpengaruh, seperti; waktu yang digunakan untuk *treatment*, suasana dan kondisi peserta, dan sebagainya.

Untuk meminimalisir kekurangan tersebut maka Peneliti menggunakan beberapa upaya, yaitu; pertama, melakukan pendekatan yang sifatnya personal dengan melakukan komunikasi yang aktif dan intensif melalui media komunikasi *Whatsapp* ataupun email. Kedua, meminta kepada rekan di beberapa kampus dan asosiasi profesi untuk ikut berpartisipasi menjadi koordinator sewaktu pretest sampai dengan posttest dengan cara mencarikan responden, membagikan tautan, serta mengawasi, menanyakan progres dan pada akhirnya memastikan responden sudah menyelesaikan sesuai dengan instruksi.

## Bab IV

### Hasil Penelitian

#### 4.1 Jenis Media Komunikasi KPK

Untuk bisa menjangkau target masyarakat, KPK menyediakan berbagai media komunikasi sebagai berikut;

##### 4.1.1 Website

###### a) [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id)

Portal ini merupakan portal induk KPK yang berisi tentang KPK, berita dan publikasi, statistik, layanan publik dan pengadaan barang dan jasa. Portal ini berbeda dengan ACCH karena portal ini lebih merujuk kepada KPK sebagai organisasi dan kinerja KPK serta bentuk pertanggungjawaban secara manajemen pengelolaan. Sedangkan ACCH merupakan portal yang berisi tentang beragam informasi yang sudah dihasilkan oleh KPK sehingga bisa dijadikan sumber atau rujukan bagi masyarakat.

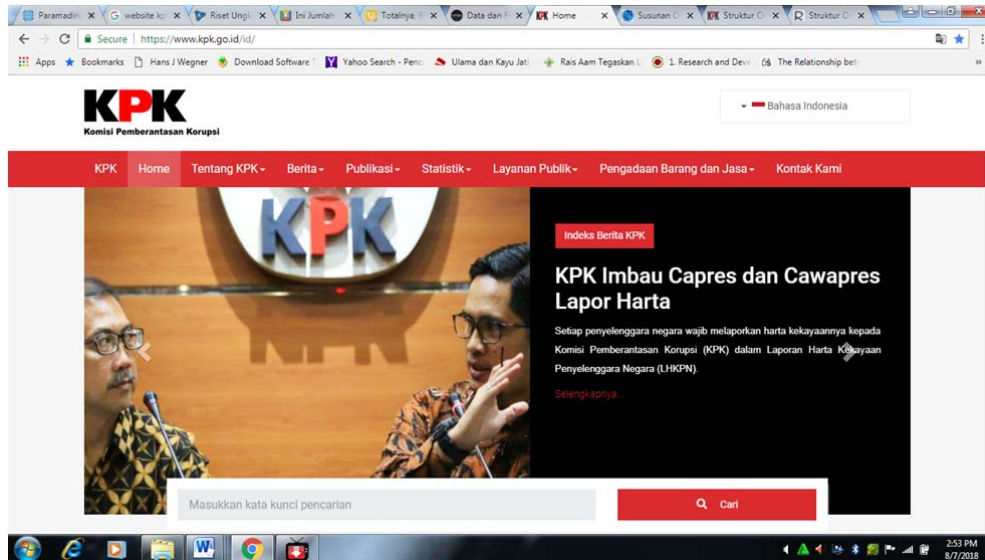


Gambar 4.1 Halaman Awal Website KPK

Sumber : <https://www.kpk.go.id/id/>

Untuk bisa memberikan informasi kepada masyarakat tentang kinerja KPK, bentuk informasi tentang proses peradilan serta pertanggungjawaba kepada masyarakat

maka dibuatlah website ini. Berikut ini adalah isi dari website kpk yang bisa diakses melalui <https://www.kpk.go.id/id/> ;



Gambar 4.2 Halaman Muka Website KPK

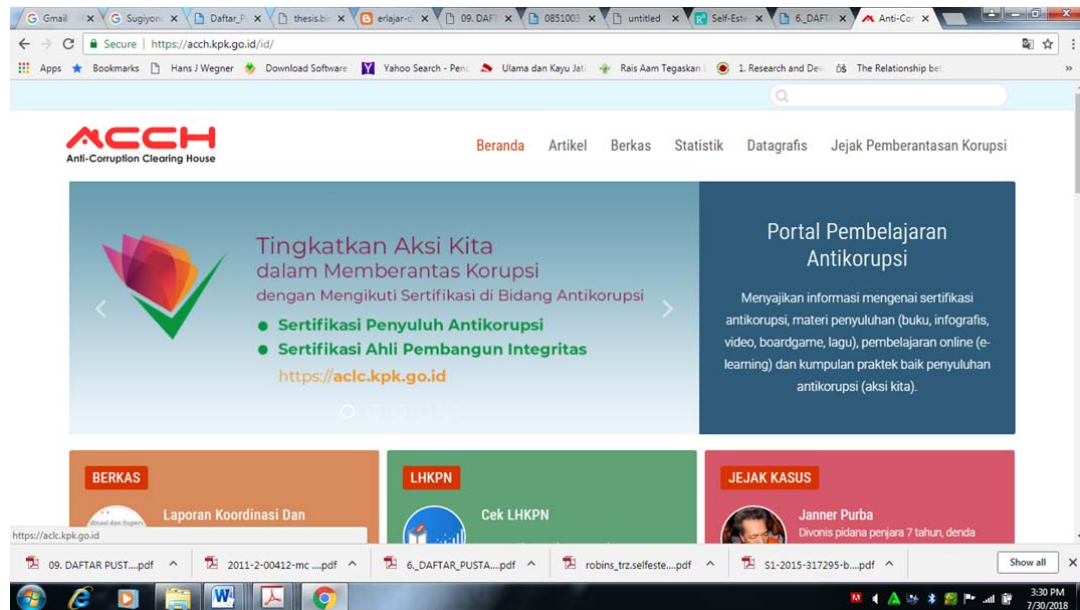
Sumber : <https://www.kpk.go.id/id/>

Dari laman ini bisa dijelaskan bahwa laman portal KPK ini mempunyai menu yang bisa diakses berupa :

- **HOME**, yang berisi informasi yang bisa diakses berupa; Berkas, LHKPN, Jejak Kasus, Info Terbaru, Fokus, Jurnal Integritas, Buku Antikorupsi, Majalah KPK, Video, Infografis, Link dan Alamat Redaksi.
- **TENTANG KPK**, yang berisi tentang; Fokus, Amatan, Makalah, Riset Publik dan Klinik KPK.
- **BERITA**, yang berisi tentang; Litbang, Buku Antikorupsi, Penindakan (Penyidikan, Penuntutan, Inkrach), dan Saya Perempuan Antikorupsi (SPAK).
- **PUBLIKASI**, yang berisi tentang; Tindak Pidana Korupsi, LHKPN, Gratifikasi, Pengaduan Masyarakat, Koordinasi dan Supervisi.
- **STATISTIK**, yang berisi tentang; Infografis dan Videografis.
- **LAYANAN PUBLIK**
- **PENGADAAN BARANG DAN JASA**
- **KONTAKKAMI**

**b) [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) (*Anti-Corruption Clearing House/ACCH*)**

Website Antikorupsi ACCH (*Anti-Corruption Clearing House*) dirancang sebagai sumber informasi dan pengetahuan antikorupsi, baik yang berasal dari KPK maupun dari pihak-pihak terkait dengan pemberantasan korupsi di Indonesia. Melalui ACCH, masyarakat bisa mengunduh berbagai modul pendidikan antikorupsi, zona integritas, hasil kajian antikorupsi, dan berbagai data statistik berkaitan dengan kinerja KPK. ACCH juga menyediakan akses data Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara (LHKPN), agar masyarakat luas dapat berperan aktif dalam monitoring profil para penyelenggara negara. Website ini dapat diakses melalui <http://acch.kpk.go.id>



Gambar 4.3 : Laman webstie Anti-Corruption Clearing House (ACCH)

Sumber : <https://www.acch.kpk.go.id/id/>

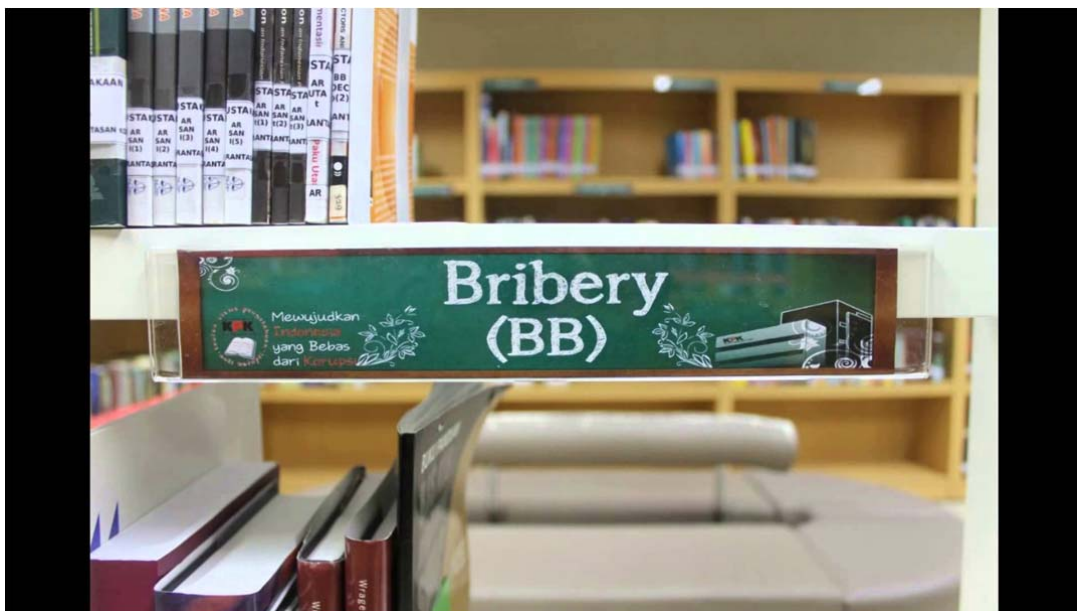
Dari laman ini bisa dijelaskan bahwa laman ACCH ini mempunyai menu yang bisa diakses berupa :

- **BERANDA**, yang berisi informasi yang bisa diakses berupa; Berkas, LHKPN, Jejak Kasus, Info Terbaru, Fokus, Jurnal Integritas, BukuAntikorupsi, Majalah KPK, Video, Infografis, Link dan Alamat Redaksi.
- **ARTIKEL**, yang berisi tentang; Fokus, Amatan, Makalah, Riset Publik dan Klinik KPK.

- **BERKAS**, yang berisi tentang; Litbang, Buku Antikorupsi, Penindakan (Penyidikan, Penuntutan, Inkrach), dan Saya Perempuan Antikorupsi (SPAK).
- **STATISIK**, yang berisi tentang; Tindak Pidana Korupsi, LHKPN, Gratifikasi, Pengaduan Masyarakat, Koordinasi dan Supervisi.
- **DATA GRAFIS**, yang berisi tentang; Infografis dan Videografis.
- **JEJAK PEMBERANTASAN KORUPSI**.

#### 4.1.2 Perpustakaan KPK

Berbagai literasi dan referensi antikorupsi tersedia bagi masyarakat umum di Perpustakaan KPK, dengan jam layanan pukul 09.00-16.00 WIB (istirahat 12.00-13.00 WIB). Katalog Perpustakaan KPK dapat diakses secara online melalui <http://perpustakaan.kpk.go.id>.



Gambar 4.4 : Perpustakaan KPK

Sumber : <https://www.kpk.go.id/id/>

#### 4.1.3 Media Sosial

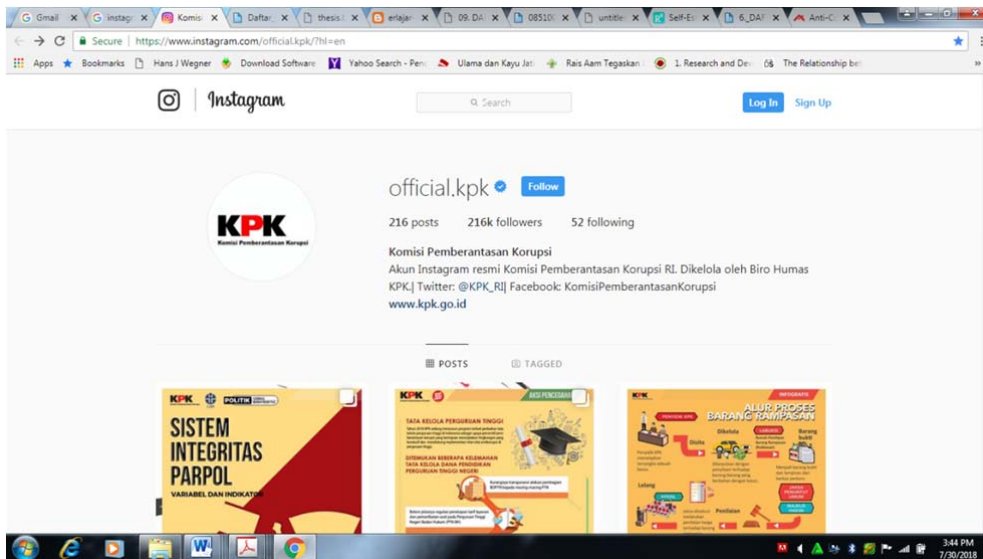
Salah satu saluran pelayanan informasi sekaligus sarana komunikasi yang juga disediakan oleh KPK adalah media sosial. Melalui sarana ini, KPK berupaya menjaga interaksi dengan seluruh lapisan masyarakat. Informasi terkini dan aktual mengenai kelembagaan, siaran pers, serta aktivitas dan kinerja KPK sehari-hari

dapat diakses melalui Twitter (@KPK\_RI), Facebook (Komisi Pemberantasan Korupsi), dan InstraGram (official.kpk)

### a) Instagram KPK

Menurut berita yang dirilis oleh Kompas.com tertanggal 21 Juni 2018 (Bohang, 2018) menyatakan bahwa media sosial InstraGram merupakan media sosial yang mempunyai pertumbuhan paling besar didunia dengan pertumbuhan sebesar 5% pertahun. Pada tahun 2018 instraGram telah menembus angka 1 miliar pengguna di seluruh dunia dan 55 juta pengguna di Indonesia yang merupakan pengguna terbesar ke-3 setelah Amerika Serikat dan Brazil.

Melihat betapa pesatnya pengguna instraGram di dunia dan di Indonesia khususnya, maka tidak dalah kalau KPK menggunakan media sosial ini untuk bisa berkomunikasi dan berbagi informasi kepada masyarakat. Berikut ini adalah InstraGram KPK;



Gambar 4.5 : Media Sosial Instagram KPK

Sumber : [www.instagram.com/official.kpk/](https://www.instagram.com/official.kpk/)

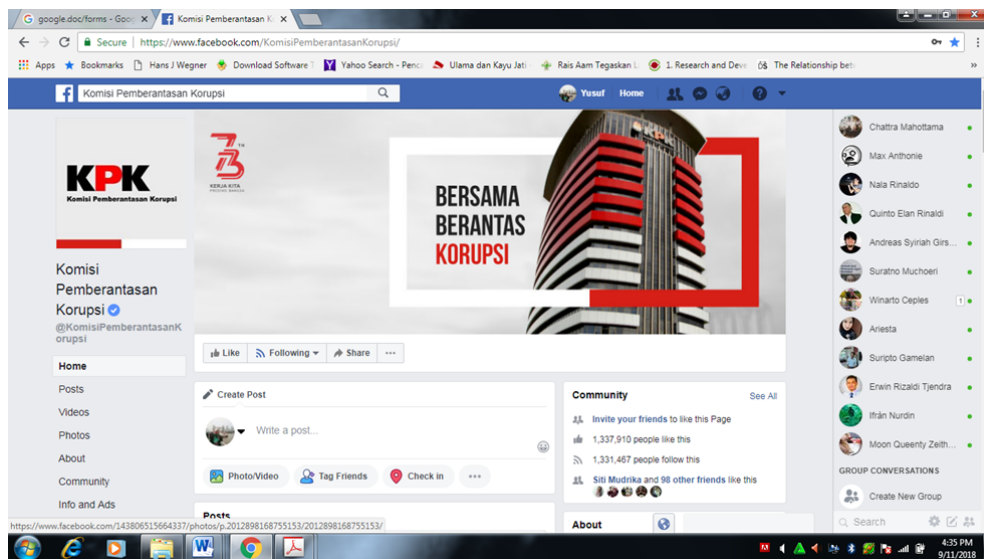
Sampai saat ini masyarakat yang berinteraksi dengan media InstraGram KPK ini bisa terlihat dari data yang ada pada media tersebut. Sampai saat ini KPK telah memposting 228 kali dan memiliki pengikut (*follower*) sebanyak 267.000 akun.

### b) Facebook KPK



Media sosial berikut yang digunakan oleh KPK agar masyarakat bisa secara interaktif berkomunikasi adalah dengan menggunakan Facebook dengan laman [web.facebook.com/komisipemberantasankorupsi/](https://www.facebook.com/komisipemberantasankorupsi/).

Berdasarkan berita dari [tekno.kompas.com](http://tekno.kompas.com) yang mengutip laporan digital tahunan yang dikeluarkan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite* (Septania, 2018), pertumbuhan seluruh sosial media tahun ini mencapai 13 persen dengan jumlah pengguna total mencapai 3 miliar. Dari angka tersebut, penggunaan Facebook masih mendominasi. Tahun 2018 ini, pengguna aktif Facebook tercatat menguasai dua pertiga pasar media sosial dengan jumlah pengguna lebih dari 2,17 miliar. Naik hampir 15 persen dibanding tahun sebelumnya. Sedangkan jumlah pengguna Facebook di Indonesia mencapai 130 juta akun dengan persentase enam persen dari keseluruhan pengguna atau nomor 4 terbesar didunia setelah India, Amerika Serikat dan Brazil.



Gambar 4.6 : Facebook KPK

Sumber : [www.facebook.com/KomisipemberantasanKorupsi/](https://www.facebook.com/KomisipemberantasanKorupsi/)

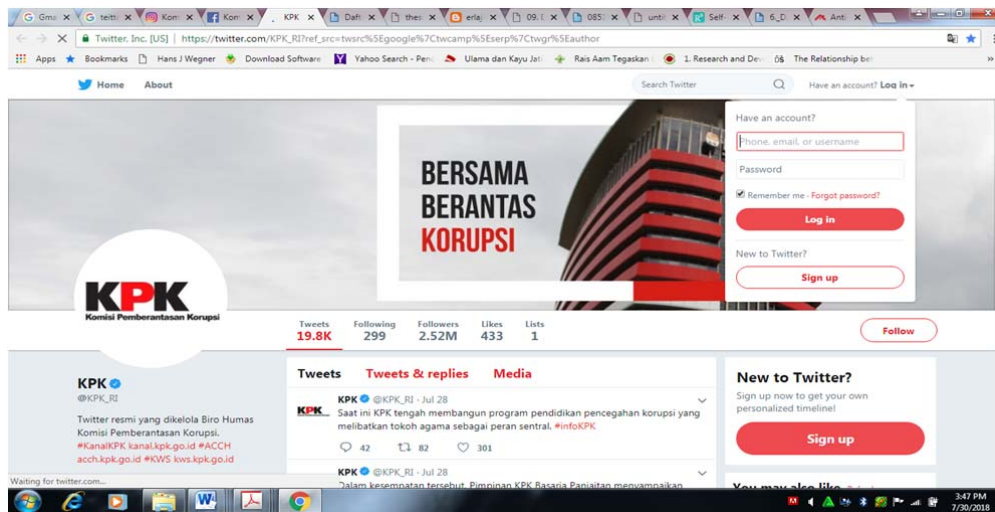
Sampai saat ini data pengguna atau masyarakat yang berinteraksi dengan media sosial facebook KPK ini adalah 1.337.910 orang yang menyukai dan 1.331.460 orang yang mengikuti FB KPK.

### c) Twitter KPK

Selanjutnya media komunikasi yang digunakan oleh KPK adalah media sosial twitter. Sampai saat ini menurut [tekno.kompas.com](http://tekno.kompas.com), media sosial twitter menempati urutan ke-7 dari 12 media sosial yang populer di masyarakat seluruh



dunia (Pertiwi, 2018). Indonesia sendiri menempati urutan ke-5 paling banyak menggunakan twitter setelah Amerika Serikat, Brasil, Jepang, dan Inggris atau sebanyak 19,5 juta pengguna.



Gambar 4.7 : Twitter KPK

Sumber : [www.twitter.com/KPK](http://www.twitter.com/KPK)

Sampai saat ini media sosial twitter KPK telah memiliki pengikut (*follower*) yang cukup besar yakni 2.560.000 akun dan telah melakukan *tweet* sebanyak 19.900 kali hingga saat ini.

#### 4.1.4 Majalah Integrito

Sebagai bagian dari layanan kepada masyarakat, KPK menerbitkan majalah resmi bernama INTEGRITO. Majalah yang terbit setiap dua bulan ini menyuarakan sikap lembaga dan artikel lain untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat terkait pemberantasan korupsi. INTEGRITO didistribusikan secara gratis ke seluruh kementerian/ lembaga, institusi pendidikan, lembaga swadaya masyarakat (LSM), media massa, tokoh masyarakat, serta perpustakaan daerah di seluruh Indonesia. Versi digital majalah INTEGRITO juga dapat diunduh melalui portal ACCH melalui <http://acch.kpk.go.id/indeks-integrito-acch>



Gambar 4.8 : majalah Integrato

Sumber : <http://acch.kpk.go.id/indeks-integrato-acch>

#### 4.1.5 Kanal KPK Radio dan Kanal KPK TV

Media audio visual sebagai sarana komunikasi publik dimanfaatkan KPK dengan hadirnya Kanal KPK. Kanal KPK Radio bertujuan memperkuat kampanye dan edukasi antikorupsi dengan cara yang lebih mudah diterima masyarakat. Siarannya juga dipancarluaskan melalui mitra KanalKPK seperti RRI dan radio komunitas di seluruh Indonesia. KanalKPK TV merupakan medium penyempurna yang dimiliki Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dalam upaya menyebarkan pesan antikorupsi yang universal. Konten yang disajikan tidak hanya menghibur dan informatif, melainkan juga inspiratif dan edukatif bagi penanaman nilai kebangsaan dan antikorupsi bagi semua segmen, mulai dari dewasa hingga anak-anak. Sejumlah program yang tersedia, antara lain seperti Siaran Persidangan dari Pengadilan Tipikor secara langsung, Berita, Laporan Khas, Indonesia Kita, Ragam, Anak dan

Bincang. Siaran KanalKPK Radio dan KanalKPK TV dapat dinikmati melalui :  
<http://www.kpk.go.id/kanalkpk/>

## **4.2 Hasil Penelitian**

Dari latar belakang di atas, selanjutnya rumusan pernyataan masalahnya (problem statement) adalah; “Bagaimana tingkat efektifitas media komunikasi KPK berupa portal website dan media sosial InstraGram KPK terhadap serta persepsi masyarakat dalam upaya pemberantasan korupsi”

### **4.2.1 Hasil Pretest**

Pretest dilaksanakan dari tanggal 8-13 Agustus 2018 disebarakan melalui media [google.docs/form](https://docs.google.com/forms) dan email. Penyebaran kuesioner pretest ini ditujukan untuk kelompok pekerja. Untuk mendapatkan responden yang cukup maka penyebaran kuesioner pretest dilakukan dengan melalui grup *whatsapp* Peneliti, anggota Himpunan Desainer Mebel Indonesia (HDMI) serta jejaring Dosen Pengajar Pendidikan Antikorupsi.

Dalam melakukan pretest ini sekaligus dilakukan uji konstrak untuk mendapatkan reliabilitas items yang lebih baik validitasnya dengan diskriminan yang tinggi.

Pada akhir penyebaran pretest pada tanggal 13 Agustus 2018 didapatkan jumlah respons kelompok pekerja sudah masuk target secara jumlah yaitu di atas 100 responden untuk masing-masing kelompok untuk bisa mendapatkan hasil pretest dan uji konstrak dengan validitas yang baik. Berikut ini hasil pretest yang didapat;

#### **A. Responden**

Pretest ini dilakukan pada tanggal 8 Agustus-13 Agustus 2018 yang diikuti oleh 143 responden dengan pembagian 72 responden laki-laki (50,2%) dan 71 responden perempuan (49,8%). Dari hasil tersebut didapatkan 143 responden kelompok pekerja yang terdiri atas 124 pekerja swasta (47,5%) dan 19 pekerja PNS (7%).

#### **B. Reliabilitas**

Langkah pertama yang dilakukan setelah data pretest didapat adalah uji reliabilitas dengan mengolah hasil yang didapatkan dari pretest dengan menggunakan analisis statistik reliabilitas Alpha Cronbach's dan didapatkan beberapa hal sebagai berikut;

**Tabel 4.1**

Hasil Analisis 1, 2 dan 3 Variabel Item

Sampel	Analisis 1		Analisis 2		Analisis 3	
	Alpha Cronbach's	Jumlah Pertanyaan	Alpha Cronbach's	Jumlah Pertanyaan	Alpha Cronbach's	Jumlah Pertanyaan
Pekerja	0,903	31	0,904	29	0,904	27

Berdasarkan hasil analisis 1 dengan jumlah items 31 untuk kelompok pekerja adalah 0,903. Pada analisis 2 dengan jumlah items 29 didapatkan untuk kelompok pekerja adalah 0,904. Pada analisis 3 dengan 27 items didapatkan untuk kelompok pekerja adalah 0,904.

Dari ke-3 analisis diatas didapatkan nilai Alpha Cronbach's lebih dari 0,6 atau di atas nilai standar minimum yang disarankan, yang artinya reliabilitas item bisa diterima.

### **C. Sebaran Responden**

Adapun sebaran responden cukup luas meliputi kota-kota di Pulau Jawa (DKI Jakarta, Depok, Bekasi, Tangerang, Tangerang Selatan, Bogor, Garut, Bandung, Cirebon, Karawang, Serang, Semarang, Pekalongan, Tegal, Jepara, Solo, Jogjakarta, Surabaya, Malang, Jombang, Lumajang, Sidoarjo, Kediri, Nganjuk, Jember, Tuban, Gresik, Situbondo, Batu, Blitar, Trenggalek, Banyuwangi, Magetan), Pulau Madura (Pamekasan), (Pulau Bali (Denpasar), Pulau Sulawesi (Makassar, Wajo, Palopo, Bulukumba), Pulau Sumatra (Pematang Siantar, Banda Aceh, Lahat, Sawahlunto).

#### **4.2.2.2 Hasil Uji Konstrak**

Dari hasil analisis reliabilitas Cronbach's diatas selanjutnya dilakukan analisis faktor untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Selanjutnya dilakukan analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan menggunakan Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy dan Bartlett's Test. Analisis faktor adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mencari faktor-faktor yang mampu menjelaskan hubungan atau korelasi antara berbagai indikator independen yang diobservasi. Sehingga analisis confirmatori sangat cocok untuk mengujikan suatu teori variabel atas manifes atau indikator-indikator yang membanggunya, dimana variabel tersebut diasumsikan hanya dapat diukur dengan indikator-indikator tersebut.

### A. Analisis CFA Kelompok Pekerja

Selanjutnya dilakukan analisis analisis CFA dengan menggunakan Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy dan Bartlett's Test untuk kelompok Pekerja, berikut ini adalah hasilnya;

**Tabel 4.2**

Hasil Analisis CFA Kelompok Pekerja

KMO and Bartlett's Test	Analisis 1	Analisis 1	Analisis 2	Analisis 2	Analisis 3
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.831	.831	.785	.785	.758
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	1639.177	1639.177	597.766	597.766	461.042
df	406	406	120	120	78
Sig.	.000	.000	.000	.000	.000

Indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya. Nilai KMO dianggap mencukupi jika lebih dari 0,5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling* dari analisis 3 sebesar 0,758, dengan demikian persyaratan KMO memenuhi persyaratan karena memiliki nilai di atas 0,5.

Hasil perhitungan dengan SPSS dihasilkan nilai *Barlett Test of Sphericity* pada analisis 3 sebesar 461,042 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian Bartlett Test of Spehricity memenuhi persyaratan karena signifikansi di bawah 0,05.

**Tabel 4.3**

Hasil *Total Variance Explained* Analisis 3

Compon ent	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulati ve %	Total	% of Variance	Cumulati ve %	Total	% of Variance	Cumulativ e %
1	4.008	30.830	30.830	4.008	30.830	30.830	2.571	19.779	19.779
2	1.661	12.778	43.608	1.661	12.778	43.608	2.549	19.610	39.389
3	1.158	8.906	52.514	1.158	8.906	52.514	1.706	13.125	52.514
4	.973	7.486	60.000						

5	.885	6.807	66.807					
6	.715	5.500	72.307					
7	.685	5.271	77.579					
8	.677	5.206	82.784					
9	.644	4.955	87.739					
10	.533	4.103	91.843					
11	.459	3.531	95.374					
12	.330	2.541	97.915					
13	.271	2.085	100.000					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Pada tabel Component Matrix menunjukkan distribusi ke-13 variable tersebut pada 3 faktor yang ada. Sedangkan angka yang ada pada table tersebut adalah factor loadings, atau besar korelasi antara suatu variable dengan faktor 1, faktor 2 atau faktor 3. Seperti korelasi antara variable no.1 dengan faktor 2 adalah 0,552 (cukup kuat), sedang korelasi dengan faktor 1 adalah 0,125 (lemah) dan korelasi dan seterusnya yang bisa dilihat pada hi-lite kuning pada tabel di bawah.

**Tabel 4.4**

*Hasil Rotated Component Matrix Converged in 5 Iterations*

	Component		
	1	2	3
VAR00001	.125	.552	.234
VAR00003	.328	.649	-.197
VAR00004	.167	.781	.019
VAR00008	.065	.754	.086
VAR00009	.076	.677	.118
VAR00011	.548	.228	.288
VAR00012	.676	.195	.217
VAR00015	.695	.245	.204
VAR00016	.751	.000	-.052
VAR00019	.729	.132	.218
VAR00020	.131	.103	.668
VAR00022	.100	.085	.721
VAR00023	.218	.003	.634

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 5 iterations.

Pengolahan pretest ini juga mengacu kepada 13 items yang paling reliabel dibawah ini, yaitu items nomor 1, 3, 4, 8, 9, 11,12, 15, 16, 19, 20, 22 dan 23. Seluruh items ini

sudah mewakili semua items yang ada pada aspek persepsi, berikut ini adalah items dari hasil pengolahan.

Untuk selanjutnya hasil 13 items yang reliabel ini dipergunakan sebagai bahan untuk menyusun treatment dan items pada posttest, sebagai berikut;

**Tabel 4.5**

Tabel Pertanyaan Posttest Dari Hasil Analisis CFA Kelompok Pekerja

NO	POST-TEST	Jawaban			
berilah tanda centang $\surd$ (copy) untuk mengisi jawaban anda, (1) = Sangat Tidak Setuju, (2) = Tidak Setuju, (3) = Setuju, (4) = Sangat Setuju.					
1	Saya mengerti dan paham definisi tindak pidana korupsi dan perilaku koruptif	1	2	3	4
2	Saya mengetahui dengan baik dampak yang diakibatkan oleh tindak pidana korupsi	1	2	3	4
3	Saya tahu apa itu tindak pidana korupsi gratifikasi dengan baik	1	2	3	4
4	saya mengetahui kasus-kasus korupsi E-KTP yang terjadi	1	2	3	4
5	Saya sangat paham bahwa benturan kepentingan dalam pengadaan masuk dalam tindak pidana korupsi	1	2	3	4
6	Saya mendukung upaya pemerintah dalam memberantas korupsi sejauh ini	1	2	3	4
7	Saya mendukung KPK menangkap pejabat yang korupsi	1	2	3	4
8	Saya merasa tidak nyaman menerima uang dari sumber yang tidak jelas	1	2	3	4
9	Saya menilai perbuatan politikus menyuap pemerintah adalah tidak wajar	1	2	3	4
10	Saya menilai bahwa mendapatkan pekerjaan di tempat yang 'basah' artinya saya harus selalu waspada atas korupsi	1	2	3	4
11	Saya akan melapor ke KPK kalau melihat tindak pidana korupsi	1	2	3	4
12	Saya hanya membayar parkir yang resmi saja	1	2	3	4
13	Memberi hadiah kepada guru sewaktu kenaikan kelas merupakan hal yang tidak seharusnya dilakukan	1	2	3	4

Dengan demikian hasil inilah yang akan digunakan sebagai materi untuk treatment dan items pertanyaan untuk posttest.

#### 4.2.2 Treatment

Dalam treatment ini, responden yang akan dilibatkan adalah responden yang telah mengisi kuesioner pada pretest dengan kriteria yang telah ditetapkan. Adapun kriteria tersebut adalah responden yang telah mengisi pretest dengan sempurna dan memiliki skor yang terendah atau negatif. Dalam hal ini Peneliti menetapkan bahwa responden yang akan mengikuti treatment adalah responden yang memiliki skor dibawah rata-rata (*mean*) dengan tujuan untuk dapat mengetahui perubahan yang didapat pasca melakukan treatment, perubahan lebih baik (persepsi positif), perubahan yang lebih buruk (persepsi negatif) atau tidak ada perubahan dari pretest hingga posttest.

Dari hasil pretest kelompok kelompok pekerja yang mengikuti pretest adalah 143 responden. Skor tertinggi adalah 52 sedangkan skor terendah dari kelompok ini adalah 29 dan yang masuk kriteria *treatment* terdapat 58 responden.

Instruksi yang diberikan kepada responden berasal dari hasil akhir items pertanyaan yang didapat dari analisis CFA masing-masing kelompok yang berhubungan dengan aspek persepsi terhadap isi dari media yang akan ditreatmentkan. Materi atau alat yang digunakan dalam melakukan treatment adalah sebagai berikut;

**Tabel 4.6**

Tabel Instruksi Treatment

<b>NAMA</b>	:	(mohon nama/identitas sama dengan pretest)					
<b>USIA</b>	:	(isi angka saja)					
<b>JENIS KELAMIN</b>	:	LAKI-LAKI		PEREMPUAN			
<b>PEKERJAAN</b>	:	MAHASISWA		SWASTA		PNS	
<b>PENDIDIKAN</b>	:	SMA		DIPLOMA		S1	DIATAS
<b>NO HP/WA</b>	:						
<b>E-MAIL</b>	:						

<b>PERTANYAAN UMUM TENTANG KEBERADAAN DAN PENGGUNAAN</b>
--



1. Apakah anda tahu keberadaan website KPK tersebut?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Apakah anda tahu keberadaan media sosial IG KPK tersebut?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Apakah sebelumnya anda sudah pernah membuka website KPK tersebut?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Apakah sebelumnya anda sudah pernah membuka media sosial IG KPK tersebut?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### TREATMENT

**UNTUK MENGIKUTI TREATMENT INI, ANDA MEMPUNYAI WAKTU 2X24 JAM (2 HARI) UNTUK MEMPELAJARI PORTAL WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KPK DIBAWAH INI**

#### INSTRUKSI

Bukalah portal web ini (anda bisa gunakan laptop, tablet, hp atau apapun):

<https://www.kpk.go.id/>  
<https://acch.kpk.go.id/id/>

#### INSTRUKSI

Bukalah Instagram ini (anda bisa gunakan hp, tablet, laptop atau apapun) :

**@official.kpk**  
<https://www.instagram.com/official.kpk/>

#### INSTRUKSI

**Carilah informasi yang berhubungan dengan tindak pidana korupsi dan antikorupsi pada portal website dan media sosial instagram tersebut, seperti :**

- 1. Carilah dan pelajarilah informasi tentang definisi tindak pidana korupsi!**
- 2. Carilah dan pelajarilah apa saja bentuk tindak pidana korupsi yang ada dalam perundang-undangan!**
- 3. Carilah dan pelajarilah apa itu gratifikasi!**
- 4. Carilah dan pelajarilah apa itu penyalahgunaan wewenang dalam jabatan!**
- 5. Carilah dan pelajarilah apa itu suap menyuap dalam tindak pidana korupsi!**
- 6. Carilah dan pelajarilah apa itu benturan dalam kepentingan dalam tindak pidana korupsi!**
- 7. Carilah informasi tentang pejabat atau orang-orang penting di negeri ini yang dihukum karena melakukan tindak pidana korupsi!**
- 8. Carilah informasi tentang banyaknya laporan tindak pidana korupsi yang diterima KPK setiap tahunnya dan berapa yang ditindak-lanjuti!**
- 9. Carilah informasi tentang bahaya serta dampak yang disebabkan oleh tindak pidana korupsi!**
- 10. Carilah Undang-Undang yang mengatur tentang tindak pidana korupsi!**
- 11. Carilah alasan mengapa melaporkan tindak pidana korupsi itu penting dalam upaya pemberantasan korupsi!**

- 12. Carilah informasi tentang cara untuk melaporkan ke KPK apabila melihat tindak pidana korupsi!**
- 13. Carilah isu-isu terbaru tindak pidana korupsi, seperti; kasus E-KTP, suap bupati, OTT anggota DPR, OTT Gubernur dan sebagainya!**

Dalam *treatment* ini peneliti menggunakan media [google.docs/forms](https://docs.google.com/forms) untuk penyebaran kuesioner. Dalam lembar pertanyaan *treatment* ini didahului dengan pertanyaan umum tentang pengetahuan dan keberadaan website KPK yaitu apakah peserta eksperimen mengetahui keberadaan website dan media sosial instagram KPK dan pertanyaan tentang apakah peserta eksperimen pernah menggunakan media komunikasi tersebut.

Setelah itu dalam *treatment* terdapat 3 instruksi utama, yaitu; pertama adalah membuka website KPK, yang kedua adalah membuka media sosial Instagram KPK dan yang ketiga adalah instruksi untuk membuka materi yang ada pada kedua media komunikasi tersebut.

Dalam melakukan *treatment*, Peneliti tetap menggunakan media [google.docs/forms](https://docs.google.com/forms) sebagai alat. Memang pada awalnya ada saran dari konsultan pertama untuk melakukan *treatment* secara langsung dengan mengundang responden eksperimen untuk melakukan *treatment* di satu waktu dan tempat tertentu. Namun hal tersebut sulit untuk dilakukan, mengingat lokasi tempat tinggal peserta atau responden yang mengikuti *treatment* sangat berjauhan sehingga sangat sulit mengatur waktu eksperimen. Lokasi yang berjauhan tersebut juga membuat kesulitan dalam hal pendanaan penelitian karena akan menghabiskan dana yang tidak bisa ditanggung oleh peneliti seorang diri.

Dengan diskusi bersama antara peneliti dengan kedua konsultan penelitian, akhirnya diputuskan tetap menggunakan media [google.docs/form](https://docs.google.com/forms) untuk melakukan *treatment*. Anggapan bahwa *treatment* diperbolehkan menggunakan media [google.docs/forms](https://docs.google.com/forms) adalah pertama, *treatment* yang dilakukan adalah *treatment* quasi. Kedua, *treatment* ini membutuhkan waktu yang cukup lama yaitu 1x24 jam atau 1 hari penuh untuk memenuhi memori jangka panjang (*long term memory*), sehingga dengan kondisi responden yang sulit untuk dikumpulkan maka *treatment* langsung dianggap sangat sulit dilakukan. Hal ini juga dianggap sebagai salah satu kelemahan dalam penelitian ini. Ketiga, dalam melakukan *treatment* yang lama,

kontrol atas treatment juga memiliki kendala besar. Sehingga dengan membebaskan waktu bagi responden untuk melakukan treatment dianggap sebagai solusi untuk mendapatkan cara treatment ini. Selain itu, treatment ini adalah tentang media komunikasi yang berbasis internet, sehingga dengan membebaskan responden dalam melakukan treatment dengan internet dianggap mendekati pola penggunaan internet secara natural.

Untuk kedua kelompok eksperimen mahasiswa dan pekerja, semua diperlakukan sama, baik dalam instruksi maupun waktu yang diberikan dalam melakukan treatment. Adapun waktu yang disepakati adalah minimum 1 jam penggunaan untuk media website dan instagram KPK secara akumulatif dalam 1 hari *treatment*.

Untuk mengurangi kelemahan dalam hal kontrol tersebut, peneliti meminta kepada rekan peneliti secara voluntary untuk menjadi koordinator dalam melakukan treatment sampai posttest. Koordinasi yang dilakukan adalah dengan menyediakan atau mengkoordinasi responden yang masuk treatment pada wilayahnya, selanjutnya adalah mengawasi dengan jalan terus berkomunikasi dengan responden tentang jalannya proses treatment termasuk tanya jawab kalau ada permasalahan dan selanjutnya memastikan proses yang dilakukan oleh responden selesai dengan baik.

#### **A. Responden**

Responden yang tercatat dalam data *docs.google.com/forms* fase *treatment* ini berjumlah 39 responden dari 58 responden yang masuk syarat, tercatat 18 responden (46,4%) berjenis kelamin laki-laki dan 21 responden (53,6%) berjenis kelamin perempuan dengan rentang usai 18 tahun hingga 57 tahun.

Dari 39 responden (46,4%) dari kelompok pekerja yang terdiri atas 35 responden (41,7%) pekerja swasta dan 4 responden PNS (4,8%).

#### **B. Kesiediaan Responden Mengikuti Treatment**

Dari 39 responden yang mengikuti treatment, semua responden (100%) bersedia untuk mengikuti instruksi yang diberikan oleh Peneliti dalam treatment dan semua responden (100%) telah mengikuti treatment sesuai instruksi dengan waktu kumulatif minimum 1 jam.

Diluar keterbatasan kontrol dalam treatment yang dilakukan, bisa ditarik kesimpulan atau dinyatakan bahwa seluruh responden treatment telah melakukan *treatment* sesuai dengan instruksi yang diberikan dan melaksanakan dengan waktu kumulatif minimum 1 jam dengan baik.

### 4.2.3 Hasil Posttest

Responden yang mengikuti posttest adalah responden yang sama dengan responden yang mengikuti treatment. merupakan responden yang memiliki kriteria dengan nilai yang paling rendah atau negatif, dalam hal ini peneliti menetapkan kriteria responden peserta treatment adalah peserta yang memiliki nilai dibawah angka rata-rata (*mean*) sekaligus untuk mendapatkan jumlah responden yang cukup.

Dari 39 responden yang sesuai dengan kriteria (46,4%) dari kelompok pekerja yang terdiri atas 35 responden (41,7%) pekerja swasta dan 4 responden PNS (4,8%). Berikut ini adalah hasil pengolahan data yang didapatkan;

#### 1) Uji Reliabilitas

Dari 39 responden yang telah mengisi posttest yang masuk selanjutnya diuji reliabilitas pretest-posttest dan didapatkan hasil sebagai berikut;

**Tabel 4.7**

Hasil Uji Normalitas Posttest Kelompok Pekerja

		pretestP	posttestP
pretestP	Pearson Correlation	1	.491**
	Sig. (2-tailed)		.003
	N	34	34
posttestP	Pearson Correlation	.491**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	
	N	34	34

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Responden yang memenuhi syarat yang bisa diolah untuk kelompok pekerja dari 39 responden yang dianggap valid adalah 34 responden.

Kesimpulan dari hasil uji normalitas ini adalah bahwa responden kelompok pekerja dengan jumlah responden 34 memiliki korelasi Pearson 0.491 dengan signifikansi

0,003 lebih kecil dari standar yang ditetapkan yaitu 0,01 (*2 tailed*), yang artinya bahwa item pertanyaan yang ada memiliki reliabilitas yang baik.

## 2) Uji-t (*Paired Sample Test*)

Sedangkan untuk Uji-t Pretest-Posttest Kelompok Pekerja adalah sebagai berikut;

**Tabel 4.8**

Hasil *Paired Samples Statistics Posttest* Kelompok Pekerja

Paired Samples Statistics				
	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	pretestP	37.1765	2.56398	.43972
	posttestP	38.2941	3.20539	.54972

Angka *mean* pretest dari jumlah responden 34 adalah 37.1765 dengan standar deviasi 2.56398 dan standar error mean 0.43972, sedangkan untuk posttest dengan jumlah responden 34 adalah 38.2941 dengan standar deviasi 3.20539 dan standar error mean 0.54972, hal ini bisa diartikan bahwa angka *mean* pretest kelompok pekerja naik dari 37.1765 ke 38.2941 atau ada perbedaan (1.1176) dibanding dengan hasil Posttest dengan standar deviasi dan standar error mean yang ada.

**Tabel 4.9**

Hasil *Paired Samples Correlations Posttest* Kelompok Pekerja

Paired Samples Correlations			
	N	Correlation	Sig.
Pair 1	pretestP & posttestP	.491	.003

Dalam perhitungan *paired Samples Correlations* kelompok pekerja didapatkan hasil korelasi 0.491 dengan signifikansi 0.03, yang bisa diartikan bahwa uji *paired samples correlations* baik dengan signifikansi yang masih masuk dalam standar dibawah 0,05 (<0.05)

**Tabel 4.10**

Hasil *Paired Samples Test Posttest* Kelompok Pekerja

Paired Samples Test				
	Paired Differences	t	df	Sig. (2-

	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				tailed)
				Lower	Upper			
Pair 1 pretestP - posttestP	-1.11765	2.96203	.50798	-2.15115	-.08415	-2.200	33	.035

Dalam perhitungan *paired samples test* pretest-posttest kelompok pekerja didapatkan hasil mean -1.11765, standar deviasi 2.96203 dengan signifikansi 0.035, yang bisa diartikan bahwa uji *paired samples test* baik dengan hasil uji *sample paired test* -6.359 dengan signifikansi yang masih masuk dalam standar dibawah 0,05 (<0.05).

### 3) Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test (K-S)

Untuk mengetahui normalitas sebaran, maka selanjutnya dilakukan uji normalitas dengan menggunakan K-S test, yang mana hasilnya bisa didapatkan sebagai berikut;

**Tabel 4.11**

Hasil *K-S Test Pretest-Posttest* Kelompok Pekerja

		pretestP	posttestP
N		34	34
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	37.1765	38.2941
	Std. Deviation	2.56398	3.20539
Most Extreme Differences	Absolute	.155	.148
	Positive	.135	.148
	Negative	-.155	-.090
Test Statistic		.155	.148
Asymp. Sig. (2-tailed)		.037 <sup>c</sup>	.056 <sup>c</sup>

Dari hasil perhitungan untuk kelompok pekerja tersebut (lihat huruf yang ditebalkan), bisa diartikan bahwa normalitas sebaran untuk Pretest adalah 0.037 dan untuk Posttest 0.056 yang artinya bahwa pretest memiliki sebarannya tidak normal karena berada dibawah rata-rata 0.05 (<0.05), sedangkan Posttest memiliki sebaran normal karena berada di atas 0.05 (>0.05).

#### 4) Uji Wilcoxon Signed Rank Test

Untuk mendapatkan hasil dengan sudut pandang lain yaitu non parametrik test, yaitu dengan menggunakan uji Wilcoxon *Signed Rank Test (Rank Sum Test)* dengan hasil sebagai berikut;

**Tabel 4.12**

Hasil *Wilcoxon Signed Rank Test Pretest-Posttest* Kelompok Pekerja

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
posttestP - pretestP	Negative Ranks	7 <sup>d</sup>	14.43	101.00
	Positive Ranks	21 <sup>e</sup>	14.52	305.00
	Ties	6 <sup>f</sup>		
	Total	34		

Dimana :

d.  $\text{posttestP} < \text{pretestP}$

e.  $\text{posttestP} > \text{pretestP}$

f.  $\text{posttestP} = \text{pretestP}$

Dari hasil uji *Wilcoxon Sign Rank* ini bisa dianalisis bahwa dari hasil perbandingan pretest-posttest untuk Kelompok Pekerja yang berjumlah 34 responden yang valid menunjukkan;

- Ada 7 responden (21%) yang hasil antara pretest dan posttestnya turun ( $\text{posttest} < \text{pretest}$ ) dengan mean sebesar 14.43.
- Ada 21 responden (61%) yang hasil antara pretest dan posttestnya meningkat ( $\text{posttest} > \text{pretest}$ ) dengan mean sebesar 14.52.
- Ada 6 responden (18%) yang hasil antara pretest dan posttestnya tetap ( $\text{posttest} = \text{pretest}$ ).

Hal ini bisa disimpulkan bahwa proses *treatment* yang dilakukan oleh responden Kelompok Pekerja mayoritas 21 responden (61%) memiliki pengaruh. Hal ini juga bisa diartikan bahwa media komunikasi website dan media sosial Instagram KPK memiliki pengaruh terhadap persepsi korupsi responden Kelompok Pekerja.

Disisi lain juga menunjukkan bahwa kultivasi secara makna kata berarti menanam, sehingga secara makna kata teori kultivasi dapat diartikan sebagai teori yang memfokuskan pada proses penanaman nilai, masih relevan dalam upaya

membangun persepsi korupsi masyarakat dalam upaya pemberantasan korupsi walaupun jaman sudah berubah ke era digital.

Adapun komunikasi yang dimediasi komputer (CMC) memberikan kesempatan (*opportunity*) bagi KPK untuk melakukan sosialisasi antikorupsi bagi masyarakat saat ini, hal ini disebabkan teknologi informasi (internet) yang sudah sangat mobile, bergerak dari meja (*desktop*) ke dalam tas (*laptop*) dan sekarang ini tren-nya adalah di saku (*smartphone*). Pengguna internet di Indonesia merupakan pengguna terbesar ke empat didunia dan berkembang sangat pesat dari tahun ke tahun.

#### 4.3 Hasil Pertanyaan Umum Tentang Keberadaan dan Penggunaan Media Komunikasi KPK

Untuk mengetahui sejauh mana keberadaan dan penggunaan media komunikasi KPK berupa website dan Instagram, maka pada lembar pertanyaan Posttest diberikan pertanyaan kepada responden. Hasilnya bisa dilihat dibawah ini;

Dari 39 respon yang diberikan oleh kelompok Pekerja didapatkan 16 responden (41,7%) mengetahui keberadaan website KPK dan 23 responden (58,3%) menyatakan tidak mengetahui sebelumnya.



Gambar 4.9 : Pengetahuan Tentang Keberadaan Website KPK kelompok Pekerja

Sumber : Data Penelitian Penulis

Dari hasil yang didapat terdapat kenyataan bahwa mayoritas, atau 58,3% kelompok pekerja, tidak mengetahui keberadaan website portal KPK sebelumnya.



Sedangkan dari 39 respon yang diberikan oleh kelompok Pekerja untuk pertanyaan ini didapatkan 8 responden (19,4%) mengetahui keberadaan media sosial IG KPK dan 31 responden (80,6%) menyatakan tidak mengetahui sebelumnya.



Gambar 4.10: Pengetahuan Tentang Keberadaan InstaGram KPK kelompok Pekerja

Sumber : Data Penelitian Penulis

Dari hasil yang didapat terdapat kenyataan bahwa mayoritas, atau 80,6% kelompok pekerja, tidak mengetahui keberadaan media sosial IG KPK sebelumnya.

Sedangkan dari 39 respon yang diberikan oleh kelompok Pekerja untuk pertanyaan ini didapatkan 5 responden (11,1%) pernah membuka website KPK sebelumnya dan 34 responden (88,9%) menyatakan tidak pernah membuka sebelumnya.



Gambar 4.11: Statistik Tentang Penggunaan Website KPK kelompok Pekerja

Sumber : Data Penelitian Penulis

Dari hasil yang didapat terdapat kenyataan bahwa mayoritas, atau 88,9% kelompok pekerja, menyatakan belum pernah membuka website portal KPK sebelumnya.

Sedangkan dari 39 respon yang diberikan oleh kelompok Pekerja untuk pertanyaan ini didapatkan 5 responden (11,1%) pernah membuka media sosial IG KPK sebelumnya dan 35 responden (88,9%) menyatakan tidak pernah membuka sebelumnya.



Gambar 4.12: Statistik Tentang Penggunaan Website KPK kelompok Pekerja

Sumber : Data Penelitian Penulis

Dari hasil yang didapat terdapat kenyataan bahwa mayoritas, atau 88,9% kelompok pekerja, menyatakan belum pernah membuka media sosial IG KPK sebelumnya.

#### 4.4 Hasil Wawancara Expert Media Website dan Media Sosial

Untuk mendapatkan hasil yang lebih meyakinkan tentang efektifitas media komunikasi KPK serta faktor-faktor yang penting dalam pembangunan website dan media sosial Instagram agar media menjadi optimal dan bisa menjadi rujukan, maka peneliti melakukan diskusi mendalam dengan dua orang yang bergelut dan bekerja di bidang Informasi Teknologi, untuk melengkapi penelitian yang dilakukan dan tentunya pendapat pendapat dari dua *expert* ini bisa dipergunakan untuk melihat dari sisi yang lain tentang efektifitas media komunikasi KPK tersebut.

Kedua orang tersebut itu adalah 1) **Teguh Adhi Arianto, S.Kom, MT**, Kepala Pusat Sistem Informasi Pusat Data dan Informasi, Sekretariat Jenderal Kementerian

Perindustrian RI dan 2) **Arif Tito Haryadi, S.Pd, MTI**, Manajer Informasi Publik Universitas Paramadina.

Diskusi ini dilakukan dengan melakukan pertemuan bersama, selanjutnya membuka portal website dan media sosial Instagram KPK dan melakukan analisis lebih lanjut. Berikut ini adalah rangkuman hasil dari wawancara dan diskusi secara mendalam dengan *expert* pada tanggal 1 Oktober 2018, sebagai berikut;



Gambar 4.13: Wawancara dan Diskusi dengan Ahli IT

Sumber : Penulis

#### 4.4.1 Media Website KPK

Berikut ini adalah pendapat kedua tersebut setelah membuka website KPK. Dalam hal ini peneliti membuka terlebih *expert* dahulu website KPK yang mempunyai alamat website; [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) dan setelah itu membuka website KPK; [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) untuk mereka ketahui.

Selanjutnya Pak Teguh Adhi yang pertama memberikan ulasannya tentang kedua website KPK tersebut. Menurut pengakuan Pak Teguh Adhi, bahwa website KPK ini khususnya yang [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) ini sudah pernah dibuka walau sangat jarang. Pak Teguh Adhi membuka website KPK ini karena untuk membandingkan dengan berbagai website milik kementerian dan badan pemerintahan, serta untuk mencari beberapa informasi yang berhubungan dengan korupsi ataupun yang berhubungan dengan kewajiban dia sebagai PNS.

Menurut Pak Teguh Adhi, website yang dimiliki oleh KPK ini sedikit berbagai website pemerintah yang stereotip. Desainnya berbeda, lebih berani berbeda dan tidak lagi didominasi dengan cara menayangkan foto dan profil para pejabatnya. “Website KPK ini lebih egalitarian”, ujarnya.



Gambar 4.14: Analisis Halaman Awal Website KPK [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id)

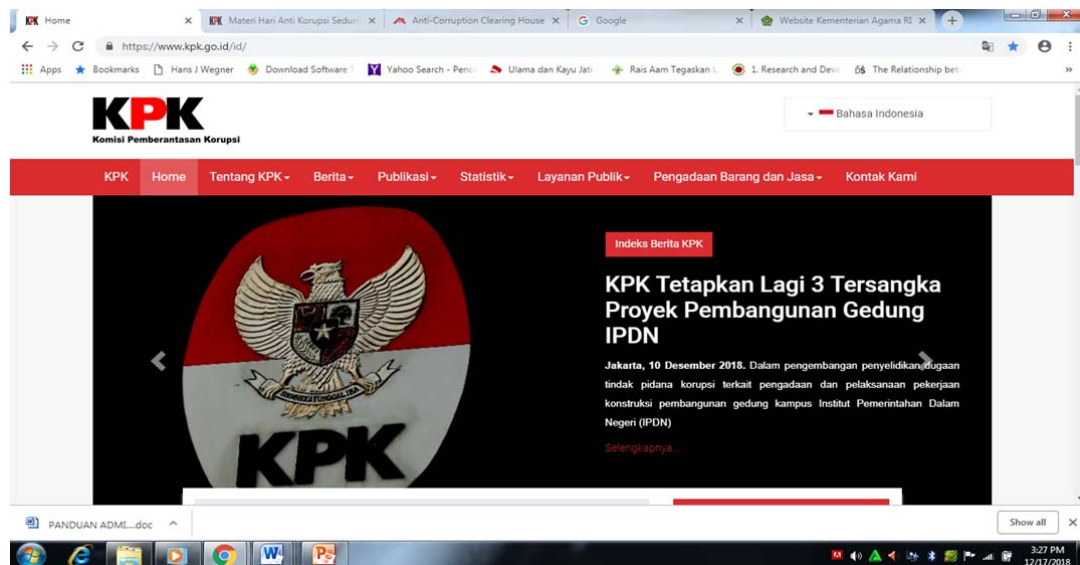
Sumber : website KPK

Hal yang pertama dibicarakan adalah bahwa Pak Teguh Adhi memberikan apresiasi kepada kecepatan unggah website KPK ini yang dinilai cukup cepat, dan apresiasi selanjutnya adalah bahwa KPK memberikan opsi bahasa, yaitu; bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, yang masih belum banyak digunakan untuk website resmi pemerintah.

Selanjutnya ada yang disampaikan oleh Pak Teguh Adhi tentang halaman muka website KPK [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) adalah mengapa ada tombol navigasi “Kunjungi Website KPK” pada halaman tersebut, hal ini menyiratkan bahwa ada laman lain lagi yang merujuk ke website KPK padahal setelah di klik tidak merubah alamat website yang ada. Hal ini menurut Pak Teguh Adhi tidak efisien, karena berita yang ada di halaman muka bisa tetap dilakukan dengan menggunakan banner untuk informasi yang teraktual. Seperti apa yang disampaikan oleh Pak Teguh Adhi, Pak Arif Tito juga mengatakan hal yang sama, tidak perlu lagi ada tombol navigasi

“Kunjungi Website KPK” lagi, informasi teraktual bisa menggunakan banner (Kurniadi, 2018).

Setelah membuka kedua website KPK tersebut, [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) dan [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) keduanya menyimpulkan bahwa website kpk yang pertama [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) merupakan website utama KPK yang mempunyai isi tentang organisasi KPK serta program kerjanya serta publikasi penanganan perkara, laporan keuangan, pengumuman dan sebagainya. Ada juga layanan publik berupa pengaduan, laporan LHKPN, gratifikasi dan laporan publik.



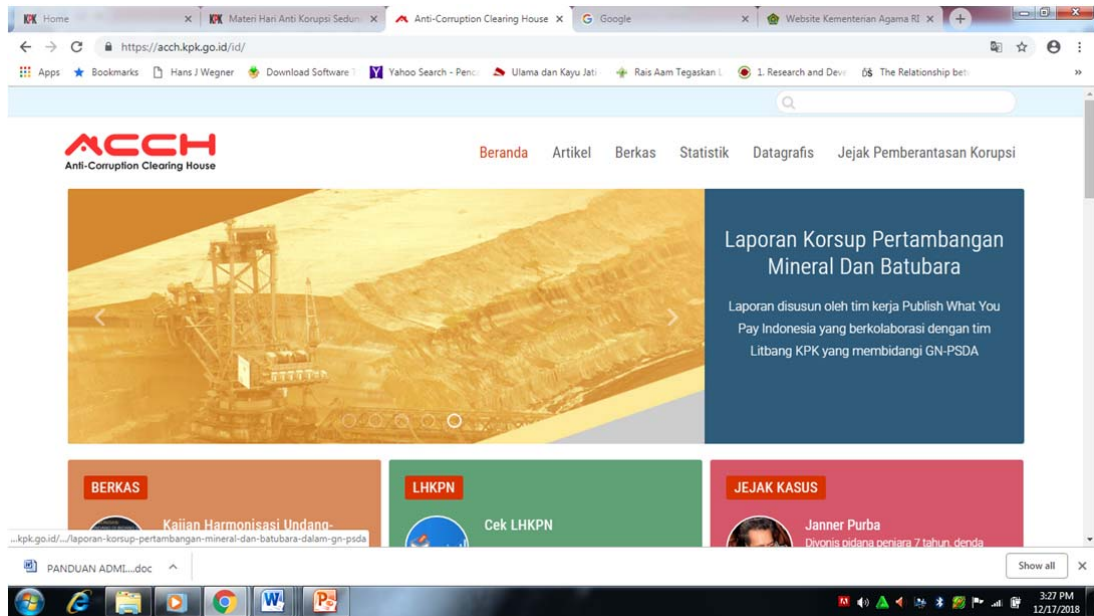
Gambar 4.15: Analisis Halaman Muka Website KPK [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id)

Sumber : website KPK

Sedangkan laman website KPK berikutnya [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) disimpulkan oleh keduanya sebagai laman website yang menampung hasil program kerja yang ada dalam website sebelumnya. Dalam laman website [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) ini memuat beragam informasi seperti yang ada dalam tombol navigasinya.

Dalam laman ini berisi tentang beragam artikel, ada juga tentang berkas yang berisi tentang hasil penindakan (penyidikan, penuntutan dan inkracht), statistik yang berasal dari tindak pidana korupsi, laporan LHKPN, gratifikasi, pengaduan masyarakat serta jejak pemberantasan korupsi berupa kronologis pemberantasan korupsi yang telah dilakukan.

Dari kedua laman website ini kedua *expert* mengungkapkan bahwa sebaiknya ada *link* yang bisa menghubungkan kedua laman website tersebut, karena memang tidak ada tautan di keduanya.



Gambar 4.16: Analisis Halaman Awal Website KPK [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id)

Sumber : website KPK

Selanjutnya keduanya melihat menu navigasi yang ada pada laman website KPK [www.kpkgo.id](http://www.kpkgo.id) tersebut, baik Pak teguh Adhi maupun Pak Arif Tito menyatakan bahwa laman website KPK tersebut masih seperti laman standar website pemerintah secara umum (Kurniadi, 2018).

Sebagai corong terdepan dalam pemberantasan korupsi, kedua *expert* tadi memberikan penilaian bahwa penjelasan tentang apa itu korupsi justru tidak terlihat jelas dari website tersebut, bahkan dalam website [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) yang merupakan hasil dari upaya yang dilakukan KPK yang tertuang dalam website [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) juga sulit ditemukan. Penjelasan tentang apa itu korupsi ada namun harus membuka berbagai informasi yang ada di dalamnya, ini dinilai tidak efektif dan efisien.

Selanjutnya kedua laman website KPK tersebut dibuka dengan menggunakan *smartphone*, karena pada saat ini *smartphone* sudah mempunyai kemampuan untuk membuka internet serta pengguna *smartphone* dan orang yang mengakses website



dengan *smartphone* lebih besar dibanding dengan yang membuka dengan komputer baik PC maupun laptop.

Banyak hal yang harus diperbaiki pada kedua laman website KPK tersebut, dari hasil pengamatan dan diskusi yang dilakukan, ada beberapa catatan yang harus menjadi perhatian pengelola website KPK, yaitu;

- 1) Kalau menggunakan *smartphone* (*handphone*) seringkali terjadi *error*, selain itu *moodle* tidak bekerja dengan baik.
- 2) Menu pada bawah layar tidak bisa di *scroll*, atau kalau di *scroll* akan *smarphone* akan *hank*.
- 3) Seringkali layar mati apabila di klik, dan apabila di klik menu sekali lagi layar baru bisa hidup kembali, namun akan berulang kembali.
- 4) Sebaiknya dalam desain layout untuk penggunaan *smartphone*, untuk memperhatikan kebutuhan user, efektifitas klik dan scroll ke bawah dengan menggunakan jempol harus dioptimalkan, scroll ke samping tidak efektif untuk penggunaan *smrtphone* (Kurniadi, 2018).

#### **4.4.2 Media Sosial Instagram KPK**

Setelah membuka Instagram KPK, selanjutnya Pak Teguh Adhi menyatakan Instagram KPK sudah bagus, hal ini menurutnya karena instagram KPK sudah berupa glosary, dan ini adalah sesuatu yang menarik karena belum pernah dilakukan sebelumnya, khususnya oleh instagram resmi kementerian atau badan pemerintah.

Selanjutnya menurut Pak Teguh Adhi, yang perlu diperhatikan pada instagram KPK adalah perlunya mengoptimalkan detail dengan memperkaya gambar atau video dengan *multiple image*, menurutnya *multipel image* ini *simpel but smart*, sehingga bisa jadi rujukan bagi orang-orang yang membutuhkan informasi tentang korupsi yang terbaru dan *fresh* walau tidak melakukan *follow*.

Nuansanya instagram sangat berbeda dengan twitter, isu-isu korupsi di instagram tidak diharapkan (*not expected issue*), oleh sebab itu twiter dalam hal ini merupakan media sosial yang lebih pas dan sesuai sesuai segmen. Selanjutnya Pak Teguh Adhi menyatakan “kalau mau membahas korupsi dalam artian membuat pernyataan dan komentar memang sebaiknya tidak menggunakan instagram,

namun dalam hal ini Instagram KPK sudah pas, dengan memuat gambar, animasi dan video sebagai inovasi”.

Selanjutnya komentar diberikan oleh Pak Arif Tito setelah membuka instagram KPK, pada saat ini ada kecenderungan orang yang menggunakan Instagram naik, baik di dunia ataupun di Indonesia, terutama pada pengguna milenial.

Menurutnya penggunaan Instagram oleh KPK sudah pas, karena pada saat ini instagram sudah sangat bagus dalam grafisnya dan merupakan pendekatan yang bagus bagi milenial karena mereka sangat menggemari grafis.

Sama dengan yang disampaikan oleh Pak Teguh Adhi sebelumnya, bahwa penggunaan twitter berbeda dengan penggunaan instagram. Untuk isu-isu kekinian dan yang bisa melakukan sharing informasi timbal balik memang twitter, namun KPK dianggap sudah pas menggunakan media sosial instagram dengan memuat gambar, animasi dan video. Apalagi saat ini instagram sudah mampu mengemas video dalam durasi 1 menit, tentunya ini akan sangat menarik perhatian kaum milenial.

Pengguna *FaceBook* (FB) saat ini mulai meninggalkan media sosial ini, saat ini algoritma FB dinilai tidak memungkinkan lagi untuk dilihat oleh orang banyak akibat aturan pengetatan *privacy* yang dilakukan.

Saran yang diberikan oleh Pak Arif Tito untuk instagram KPK adalah

“Sebaiknya dilakukan pengayaan konten dan melakukan pengemasan konten yang lebih mendekati target milenial (termasuk pekerja yang memasuki wilayah milenial) agar citra, animasi dan video mempunyai *impact* yang lebih kuat lagi”.  
(Kurniadi, 2018)

#### **4.5 Pembahasan Penelitian**

Dalam pembahasan penelitian ini bisa dilihat bahwa media komunikasi KPK berupa website dan instagram bisa memberikan perubahan kepada peserta yang melakukan *treatment*. Hasilnya didapatkan angka *mean* pretest dari jumlah responden 34 adalah 37.1765 dengan standar deviasi 2.56398 dan standar *error mean* 0.43972, sedangkan untuk posttest dengan jumlah responden 34 adalah



38.2941 dengan standar deviasi 3.20539 dan standar error mean 0.54972, hal ini bisa diartikan bahwa angka mean pretest kelompok pekerja naik dari 37.1765 ke 38.2941 atau ada perbedaan (1.12) dibanding dengan hasil Posttest. Dari hasil analisis non parametrik didapatkan perubahan dimana 61% responden mengalami perubahan positif dari sebelum diberikan treatment sampai melakukan posttest. Hal ini bisa diartikan bahwa isi dan pesan yang ada dalam media komunikasi website dan media sosial InstaGram KPK dapat dimengerti oleh target pengguna atau mempunyai efek positif kepada target penggunanya.

Seperti halnya yang tertuang dalam teori kultivasi, walaupun media saat ini tidak terbatas hanya televisi, namun media lain yang berbasis internetpun tetap memberikan efek bagi audiensnya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wing Tung Lai (2015,7-8) yang berjudul *How do Media Shape Perceptions of Social Reality? A Review on Cultivation Theory*, dimana penelitian ini memperluas batas teori kultivasi ke spektrum yang lebih luas dari pengaruh media televisi ke bentuk media lain seperti video game dan video musik. Sehingga media komunikasi KPK berupa website dan instagram bisa dipastikan juga akan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi atau memberikan efek kepada audiensnya.

Dari sisi teori *Computer Mediated Communication* (CMC) juga memberikan jawaban yang sama, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Valkenburg (2016,31-35), dengan mengambil dua subdisiplin ilmu komunikasi, yaitu efek media massa dan komunikasi yang dimediasi komputer (CMC) didapatkan hal sebagai berikut; 1) Baik efek media maupun riset CMC telah menemukan akarnya dalam teori yang mengkonseptualisasikan efek sebagai proses yang kuat dan langsung, 2) Kedua subdisiplin berkembang dari pandangan berorientasi penerima searah ke paradigma transaksional. Teori saat ini di kedua subdisiplin tersebut mengakui bahwa individu membentuk dan dibentuk oleh penggunaan media mereka sendiri atau teknologi komunikasi. Saat ini pengguna media komunikasi yang bergerak dari komputer ke arah smartphome (dari meja ke saku) dan waktu penggunaan media yang semakin banyak (30%) sampai saat ini, membuka potensi yang lebih baik kepada media komunikasi KPK untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas.

Namun dilain sisi, 58,3% kelompok pekerja, tidak mengetahui keberadaan website portal KPK sebelumnya. 80,6% kelompok pekerja, tidak mengetahui keberadaan

media sosial IG KPK sebelumnya. 88,9% kelompok pekerja, menyatakan belum pernah membuka website portal KPK sebelumnya. 88,9% kelompok pekerja, menyatakan belum pernah membuka media sosial IG KPK sebelumnya.

Hal yang menjadi perhatian adalah bagaimana caranya media komunikasi KPK berupa website dan instagram ini bisa diketahui dengan baik oleh masyarakat, agar paparan media tersebut mempunyai efek yang positif terhadap persepsi korupsi masyarakat dalam upaya pemberantasan korupsi di Indonesia. Hal ini sangat dimungkinkan ada sesuatu yang harus diperbaiki dalam upaya mensosialisasikan media komunikasi KPK tersebut, baik di metode, frekuensi, dan sebagainya.

Untuk menjawab pertanyaan dalam identifikasi masalah tentang faktor-faktor yang penting website dan media sosial sehingga bisa menjadi rujukan penting dalam upaya pemberantasan korupsi, bisa didapatkan dari hasil wawancara *expert* Teknologi Informasi dalam penelitian ini.

Sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Nielsen (2016) dan Flavian (2009) yang menyatakan bahwa media website yang baik setidaknya harus memuat dimensi tampilan (desain grafis, gambar dan sebagainya), navigasi yang baik, isi yang terus update dan komprehensif serta kemudahan dalam proses pencarian informasi, dari wawancara dengan Bapak Teguh Adi dan Bapak Arif Haryadi ini didapatkan bahwa pemilihan media komunikasi KPK berupa website dan media sosial instagram dianggap sudah baik, website dapat memuat informasi secara masif dan dapat dibuka oleh semua orang yang terhubung dengan internet, sedangkan Instagram sampai saat ini mengalami peningkatan pengguna yang signifikan. Berikut ini beberapa catatan dari *expert* mengenai faktor-faktor penting yang harus menjadi perhatian, yaitu;

- a. Grafik Visual, secara khusus *expert* menganggap konten berupa grafik visual yang ada pada instagram sangat penting dan untuk instagram KPK grafik visual sudah dianggap pas untuk target.
- b. Konten instagram, untuk konten instagram kedua *expert* juga menyarankan untuk konten instagram dikayakan dengan berbagai video pendek dan terus di-update, karena fitur video sudah bisa digunakan di instagram serta pas dengan target milenial.

- c. Navigasi, navigasi sangat penting bagi pengguna dalam melakukan pencarian atas informasi pada media website. Kedua expert menyatakan bahwa website [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) dan website [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) merupakan website yang saling berhubungan, sebaiknya disertakan link untuk kedua website tersebut, karena pengguna akan bisa menggunakan tanpa harus kesulitan.
- d. Domain Name, nama domain website sangat penting agar masyarakat pengguna atau calon pengguna mudah menemukannya. Oleh sebab itu nama domain harus kuat, mudah diingat dan mudah diucapkan. Dalam hal ini nama website [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) merupakan nama yang sangat kuat, sehingga setiap orang bisa mengakses website tanpa kesulitan dalam mengingat nama. Namun untuk website [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) dirasa sangat sulit untuk mengingat nama website tersebut. *Anti Corruption Clearing House* atau ACCH dianggap sulit untuk dihafal atau dimengerti oleh awam. Ada usulan dari mereka untuk mengubah nama yang lebih mudah untuk diingat; seperti; gudang info kpk, atau wiki kpk agar orang mudah mengingat berdasarkan fungsi website itu sendiri. Namun apabila tidak memungkinkan diubah yang harus dilakukan segera adalah memberikan link kepada kedua website tersebut.
- e. Clicking dan Scrolling, bagi pengguna internet yang memakai smartphone clicking dan scrolling menjadi sangat penting, karena dalam penggunaannya hanya mengoptimalkan ibu jari saja dan sebagian jari yang lain, yang sangat berbeda dengan penggunaan laptop atau PC. Penggunaan website dengan smartphone atau handphone harus diperbaiki dengan seksama, terutama untuk navigasi, scroll dan click. Tautan yang tidak bisa diakses harus segera diperbaiki, hal ini karena kecenderungan orang mengakses internet pada saat ini adalah dengan menggunakan smartphone atau handphone.
- f. Konten penting website, Dalam hal konten, kedua expert merasa bahwa informasi tentang definisi, istilah atau apa itu korupsi atau tindak pidana korupsi, antikorupsi agar masyarakat bisa dengan cepat mengetahui dengan baik definisi tersebut, tidak secara eksplisit terlihat baik yang ada

di website [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) ataupun di website [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) . Oleh sebab itu perlu untuk jadi perhatian bagi pengelola website tersebut.

## Bab V

### Kesimpulan dan Saran

#### 5.1 Kesimpulan

Dari serangkaian penelitian yang dilakukan tentang efektifitas media komunikasi KPK berupa website dan media sosial Instagram KPK terhadap persepsi korupsi masyarakat dalam hal ini adalah Kelompok Pekerja sebagai masyarakat yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi, didapatkan hasil kesimpulan sebagai berikut;

1. Dari sisi pengetahuan tentang keberadaan dan penggunaan media komunikasi KPK tersebut dapat disimpulkan bahwa media komunikasi website dan media sosial InstaGram KPK belum banyak diketahui dan dipergunakan oleh target pengguna.

Hal ini didapatkan dari hasil penelitian bahwa mayoritas responden menyatakan sebagai berikut; 58,3% kelompok pekerja, tidak mengetahui keberadaan website portal KPK sebelumnya. 80,6% kelompok pekerja, tidak mengetahui keberadaan media sosial IG KPK sebelumnya. 88,9% kelompok pekerja, menyatakan belum pernah membuka website portal KPK sebelumnya. 88,9% kelompok pekerja, menyatakan belum pernah membuka media sosial IG KPK sebelumnya. Artinya bahwa keberadaan website dan media sosial instragram KPK belum banyak diketahui dan belum banyak dipergunakan oleh masyarakat khususnya target pengguna.

2. Bahwa isi dan pesan yang ada dalam media komunikasi website dan media sosial InstaGram KPK dapat dimengerti oleh target pengguna. Hal ini didapatkan dari hasil *treatment* bahwa terdapat pengaruh pada kelompok pekerja yang diukur dari hasil pretest-posttest responden. Pada kelompok pekerja didapatkan Angka mean pretest dari jumlah responden 34 adalah 37.1765 dengan standar deviasi 2.56398 dan standar error mean 0.43972, sedangkan untuk posttest dengan jumlah responden 34 adalah 38.2941 dengan standar deviasi 3.20539 dan standar error mean 0.54972, hal ini bisa

diartikan bahwa angka *mean* pretest kelompok Mahasiswa naik dari 37.1765 ke 38.2941 atau ada perbedaan (1.12) dibanding dengan hasil Posttest.

3. Bahwa target pekerja sebagai kelompok masyarakat yang mampu mempengaruhi merupakan target yang sudah tepat, namun memerlukan perbaikan kepada kedua media komunikasi yang ada agar terjadi perubahan atau pengaruh yang lebih signifikan. Pada kelompok pekerja perhitungan *paired Samples Correlations* (Uji-t) didapatkan hasil korelasi 0.491 dengan signifikansi 0.03, yang bisa diartikan bahwa uji *paired samples correlations* baik dengan signifikansi yang cukup baik dibawah 0,05 (<0.05).
4. Bahwa media komunikasi website dan media sosial Instagram KPK bisa membangun pemahaman dan persepsi korupsi, dimana dalam penelitian ini bisa disimpulkan bahwa isi (*contents*) yang ada pada media komunikasi KPK berupa website dan media sosial instagram mempunyai pengaruh yang baik (berpengaruh positif) pada aspek persepsi korupsi responden kelompok pekerja namun memerlukan perbaikan isi yang sesuai dengan kebutuhan pekerja. Dari hasil analisa diatas bisa disimpulkan atau dijadikan catatan bahwa secara isi (*contents*) media komunikasi KPK mampu untuk memberikan perubahan atau persepsi positif bagi yang membuka dan mempelajarinya.
5. Bisa disimpulkan mengenai faktor-faktor penting tentang media komunikasi website dan Instagram KPK agar bisa menjadi rujukan, , yaitu;
  - A) Grafik Visual, dimana konten berupa grafik visual yang ada pada instagram sangat penting dan instagram KPK sudah pas untuk target.
  - B) Konten instagram dikayakan dengan berbagai video pendek dan terus di-update, karena fitur video sudah bisa digunakan di instagram serta pas dengan target milenial.
  - C) Navigasi, agar pengguna bisa mendapatkan informasi yang diinginkan dengan baik dan mudah maka dalam navigasinya perlu dibuat link antara website [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) dan website [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) karena saling berhubungan, agar pengguna tidak mengalami kesulitan
  - D) Nama website, merupakan sesuatu yang sangat penting bagi pengguna, [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) merupakan nama yang sangat kuat, sehingga setiap orang bisa mengakses website tanpa kesulitan dalam mengingat nama. Namun

untuk website [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) dirasa sangat sulit untuk mengingat nama website tersebut. Anti Corruption Clearing House atau ACCH dianggap sulit untuk dihafal atau dimengerti oleh awam. Ada usulan dari mereka untuk mengubah nama yang lebih mudah untuk diingat; seperti; gudang info kpk, atau wiki kpk agar orang mudah mengingat berdasarkan fungsi website itu sendiri. Namun apabila tidak memungkinkan diubah yang harus dilakukan segera adalah memberikan link kepada kedua website tersebut.

- E) Clicking dan Scrolling, merupakan sesuatu yang penting bagi pengguna internet yang memakai smartphone, oleh sebab itu penggunaan website dengan smartphone atau handphone harus diperbaiki dengan seksama, hal ini karena kecenderungan orang mengakses internet pada saat ini adalah dengan menggunakan smartphone atau handphone.
- F) Konten penting website, bahwa informasi tentang definisi, istilah atau apa itu korupsi atau tindak pidana korupsi, antikorupsi merupakan informasi penting, oleh sebab itu agar masyarakat bisa dengan cepat mengetahui dengan baik definisi tersebut. Karenanya secara eksplisit harus terlihat dengan baik yang ada di website [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) ataupun di website [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id).

Dari hasil analisa diatas bisa secara umum bisa disimpulkan atau dijadikan catatan bahwa secara isi (*contents*) media komunikasi berupa website dan media sosial InstaGram KPK mampu untuk memberikan perubahan atau persepsi positif bagi yang membuka dan mempelajarinya. Pemilihan media komunikasi website dan media sosial InstaGram juga dinilai sudah tepat sesuai dengan tren dan target pengguna. Dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa dalam kenyataannya belum banyak masyarakat khususnya target pengguna yang belum mengetahui atau juga membuka serta berinteraksi dengan media komunikasi KPK tersebut.

Oleh sebab itu ada sesuatu yang harus diperbaiki oleh KPK dalam upaya mensosialisasikan media komunikasi KPK tersebut, baik dari sisi metode, frekuensi, dan sebagainya.

## 5.2 Saran

Berikut ini adalah saran yang diberikan oleh penulis setelah penelitian ini dilakukan, sebagai berikut;

A. Saran untuk Pengelola Media Komunikasi Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), yaitu;

- 1) Mempermudah akses pengguna website dengan membuat link untuk website [www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id) dan website [www.acch.kpk.go.id](http://www.acch.kpk.go.id) karena kedua website tersebut pada dasarnya saling berhubungan.
- 2) Melakukan perbaikan pada tampilan dan navigasi website terutama *clicking* dan *scrolling* yang bermasalah khususnya bagi yang menggunakan smartphone, agar pengguna bisa berselancar pada kedua website tersebut dengan mudah.
- 3) Perlu untuk menempatkan definisi atau pengertian tentang tindak pidana korupsi pada posisi yang strategis di laman website KPK agar mudah diketahui oleh pengguna, khususnya yang awam terhadap korupsi, termasuk juga definisi atau pengertian antikorupsi.
- 4) Untuk media sosial InstaGram sudah baik dan pas dengan sasaran, saran yang diberikan adalah dengan memperbanyak konten video pendek karena sesuai dengan target milenial saat ini.
- 5) Melihat bahwa media komunikasi KPK berupa website dan media sosial InstaGram mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap persepsi korupsi, sebaiknya pengelola media komunikasi KPK untuk melakukan strategi sosialisasi atau kehumasan yang lebih lebih efektif lagi kepada masyarakat, khususnya target komunikasinya

B. Saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu;

- 1) Untuk menghindari ketidaknormalan sebaran, sebaiknya peneliti berikutnya melakukan penyebaran questioner perwilayah, atau wilayah yang dianggap berdekatan. Hal ini diasumsikan bahwa responden di wilayah yang berdekatan dianggap mempunyai pengetahuan yang sama tentang korupsi.



- 2) Untuk mendapatkan asil sebaran yang normal, sebaiknya dalam mendapatkan responden pada wilayah yang tidak terlalu luas karena akan mempengaruhi normalitas sebaran.
- 3) Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, proses treatment sebaiknya dilakukan dengan pengawasan langsung oleh peneliti, namun dengan konsekuensi waktu dan pembiayaan penelitian yang besar.
- 4) Agar instrumen bisa digunakan secara umum, sebaiknya dilakukan penelitian yang lebih komprehensif yang melibatkan beragam kelompok yang ada di masyarakat, seperti; siswa, mahasiswa, perempuan, pengusaha, Pegawai Negeri Sipil, Pegawai Negeri Militer, Pemuka Agama dan kelompok lain yang memungkinkan.
- 5) Penelitian selanjutnya juga bisa meneliti efektifitas masing-masing media yang ada, atau juga tentang media lain yang mempunyai potensi.

Demikian yang bisa penulis sampaikan sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan, berharap semoga penelitian ini bisa memberikan kontribusi terhadap perbaikan persepsi korupsi masyarakat Indonesia khususnya yang berhubungan dengan media komunikasi yang dipergunakan oleh KPK, serta bagi ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Komunikasi.

## Daftar Pustaka :

- Arikunto, S. (2000). *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina Aksara.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Baron, R. A. (1997). *Social Psychology*. Massachusetts: A and B.
- BPS. (2017). *Berita Resmi Statistik No.58/06/ThXX*. Jakarta: BPS.
- Bungin, B. (2005). *metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Dictionary, C. (n.d.). <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media>. Retrieved 12 20, 2018, from <https://dictionary.cambridge.org>: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media>
- Djiwandono, P. I. (2015). *Meneliti itu Tidak Sulit*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dwi, Y. J. (2009). *Undang-Undang Pemberantasan Tindak Pidana korupsi*. Yogyakarta: Pustaka Grhatama.
- Fatoni, F. (2013). *Experimental Research*. Palembang: Universitas Sriwijawa Press.
- Flavian, C. G. (2009). Web Design: A Key Factor for the Website Success. *Journal of Systems and Information Technology*, 166-184.
- Gay, L. D. (1992). *Research Methods for Business and management*. New York: MacMillan Publishing Company.
- Hakim, L. M. (2004). *Cara Cerdas Menguasai Layout, Desain dan Aplikasi Web*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hamid, U. (2014). *Dinamo (Digital National Movement)*. Yogyakarta: Penerbit Bentang (PT Bentang Pustaka).
- Harrison, R. (2005). *Learning and Development, CIPD Revision Guide 2005*. London: Chartered Institute of Personnel & Development.
- Helianthusofri, J. (2013). *Website Gratis Hasil Fantastis*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.
- Irwanto. (2002). *Psikologi Umum, Panduan Mahasiswa*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Jackob, N. G. (2010). No Alternatives? The Relationship Beetwen Percieved Media Dependency, Use of Alternative Information Sources and General Trust in Mass Media. *International Journal of Communication*, 435.

- Jenny. (2012, 02 16). <http://www.duniapsikologi.com/persepsi-pengertian-definisi-dan-faktor-yang-mempengaruhi/>. Retrieved 01 28, 2019, from <http://www.duniapsikologi.com>: <http://www.duniapsikologi.com>
- Juliansyah, N. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kaplan M., A. M. (2010). "User of the World, Unite! The challenge and Opportunity of Social Media". *Business Horizon, Kelley School of Business*, 61.
- Kietzmann, J. H. (2011). Social media? Get serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons, Kelley School of Business*, 243.
- kompas.com. (2017, 11 24). <https://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia>. Retrieved 10 23, 2018, from <https://tekno.kompas.com>: <https://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia>
- KPK. (2011). *Laporan Survei Persepsi Masyarakat Tentang Korupsi dan KPK*. Jakarta: KPK.
- KPK. (2011). *Laporan Survei Persepsi Masyarakat Tentang Korupsi dan KPK*. Jakarta: KPK.
- KPK. (2018, 12 12). <https://www.kpk.go.id/>. Retrieved 02 08, 2019, from <https://www.kpk.go.id/id/>: <https://www.kpk.go.id/>
- KPK. (2018). Peranan e-Government dan Media Sosial untuk Mewujudkan Budaya Transparansi dan Pemberantasan Korupsi. *Jurnal Integritas*, 203-230.
- Kristianto, A. (2011). *Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kurniadi, Y. (2018, 10 1). Riset Tesis. (A. H. Teguh Adhi, Interviewer)
- Lai, W. T. (2015). How do Media Shape Perceptions of Social Reality? A Review on Cultivation Theory. *Journal of Communication and Education*, 1.
- McQuail, D. (2010). *Mcquail Mass Communication Theory*. London: SAGE Publication.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Nielsen, J. D. (2016, 02). <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>. Retrieved 12 20, 2018, from <https://www.nngroup.com/>: <https://www.nngroup.com/>
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- online, d. (2016, 9 16). [http://www.dunia-online.net/article/mengenal\\_jenisjenis\\_website\\_berdasarkan\\_fungsinya](http://www.dunia-online.net/article/mengenal_jenisjenis_website_berdasarkan_fungsinya). Retrieved 12 20, 2018, from <http://www.dunia-online.net>: <http://www.dunia-online.net>
- Pertiwi, W. K. (2018, 3 1). <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>. Retrieved 8 7, 2018, from <https://tekno.kompas.com/>: <https://tekno.kompas.com>
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex-Gramedia.
- Puspito, N. T. (2018). *Pendidikan Antikorupsi untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Sekjen Kemenristekdikti.
- Rahadi, D. R. (2017). PERILAKU PENGGUNA DAN INFORMASI HOAX. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan FEB Unmer Malang*, 60.
- Rahman, D. A. (2018, 05 26). <https://nasional.kompas.com/read/2018/05/26/07232881/tahun-depan-kpk-targetkan-indeks-persepsi-korupsi-indonesia-meningkat?page=all>. Retrieved 9 11, 2018, from <https://nasional.kompas.com/>: <https://nasional.kompas.com/>
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ritonga, M. J. (2004). *Riset Kehumasan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Riyanto, A. (2011). *Aplikas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Rosidah, A. L. (2014). ANALISIS STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION: STUDI KAMPANYE ANTIKORUPSI PADA KOMISI PEMBERANTASAN KORUPSI (KPK) DI INDONESIA. *Academic Journals Binus University*, 13.
- Sarwono, S. W. (2012). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Scrhamm, W. R. (1990). *The Process and Effects of Mass Communicatio*. Lang.

- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septania, R. C. (2018, 3 2). <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia>. Retrieved 8 7, 2018, from <https://tekno.kompas.com/>: [https://tekno.kompas.com](https://tekno.kompas.com/)
- Soelaiman, M. (2008). *Ilmu Sosial Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Straubhaar, J. L. (2004). Media now : understanding media culture and technology 4th edition. In J. L. Straubhaar, *Media now : understanding media culture and technology 4th edition* (p. 28). Belmont, Calif.: Thomson/Wadsworth.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media Fantastis Menumbuhkan Visitor, Circle, Likes, Koneksi, Retweet, dan Follower*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.
- Thoha, M. (2004). *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Thurlow, C. L. (2004). Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet. *SAGE Publication*, 15.
- TII. (2017). *Indeks Persepsi Korupsi Indonesia Tahun 2017*. Jakarta: Transparency International Indonesia.
- Valkenburg, P. M. (2016, 01). Media effects: Theory and. *10.1146/annurev-psych-122414-033608*, p. 67.
- Walgito, B. (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- Wood, A. F. (2005). *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Yuhefizar, M. H. (2008). *Cara Mudah Membangun Website Interaktif dengan Menggunakan Content Management System*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.

Lampiran 1 - RESPONDEN KELOMPOK PEKERJA

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Usia</b>	<b>Kota</b>	<b>No HP/WA</b>
1	Falah	23	Depok	8561970610
2	Hendra wahyuni	47	Batu	82333754028
3	Ira Samri	42	Jakarta Timur	81297479332
4	Fabianus	57	818176115	818176115
5	Ahmad Syarifudin	26	Jakarta	81297637791
6	Muhammad zahdi mufti	48	Jakarta	85651165156
7	Anisa Nur Janah	48	Yogyakarta	87843127706
8	Gita	26	Jakarta	81316712491
9	Niken indra	45	Jakarta	818115353
10	Audy	24	Jakarta	85695149350
11	Hevi	47	Surabaya	82244427212
12	Tia Rahmania	39	Serang	811121638
13	arief	48	bekasi	8161994975
14	Siti Mudrika	25	Bekasi	85714004202
15	Imelda	26	Jakarta	87775989597
16	Lina	31	Bekasi	8176551840
17	Yusa	24	Tangerang	85748436714
18	Annisa Widyayuliana	26	Jakarta	82112283549
19	Akbar	23	Tegal	87830401314
20	Dhini dwi wahyuni	47	Surabaya	81332840955
21	Sri Kusriani	47	Batu	85755280275
22	Iman Setiobudy	51	Jakarta	8111234548
23	Haryo Satrio	30	Jakarta	85695555870
24	Tulus	40	PEKALONGAN	81398304845
25	Ningroom	43	Sidoarjo	81913220593
26	Titin Rustini	47	Kediri	8125942201
27	AHMAD SOFI'I	47	BATU - MALANG	8123369254
28	Nana	48	Batu	818389607
29	Erdy sulistyorinj	47	Kota Batu	82187901375
30	Inna	32	Garut	85323411149
31	Sarah	25	Jakarta Selatan	85881218900
32				81315341908
33	Alfikalia	38	Jakarta	81310813366
34	Wiwik	48	Kab. Malang	81357578934
35	Leo	31	Jakarta	81383738587
36	Darmawan		Jakarta	87885178900
37	Noel Febry Ardian	46	Jakarta	8119916110
38	Indra gunawan	22	Depok	81297309413

39	Risya Ayu A.	21	Kota Tangerang	85710165333
40	M.Jamal	39	Jakarta selatan	87775964377
41	M.Jamal	39	Jakarta selatan	87775964377
42	Lucky Perwitasari	27	Jakarta	85693737313
43	Dimas Christianto	34	Depok	8174947887
44	Budiati	43	Bekasi	81385847814
45	Yulianingsih	40	Bekasi	81808007626
46	Ida Lutfiani	48	Malang	85855913444
47	disma	35	jakarta	89605566280
48	nurulhayati	44	tangerangselatan	81291680567
49	Syarif Hidayat	26	Wajo	82345220005
50	Nurhaeni Amir	31	Palopo	81219167310
51	SK	22	Depok	81294261866
52	Arsy maulana yahya	22	Banyuwangi	82120995110
53	Bima	24	Jember	82229106655
54	erna	24	jember	85236191440
55	Satria	30	Jembet	82330832100
56	Anggun Sulistyowati	23	Sidoarjo	8977488257
57	Rini Sudaramanti	45	Tangsel	81398108222

Lampiran 2 – TREATMENT/EKSPERIMEN

**EKSPERIMENTASI**

Penelitian Ilmu Komunikasi | Penelitian ini dilakukan oleh Yusuf Kurniadi, pengajar pada prodi Desain Produk Universitas Paramadina sebagai penelitian tesis. Yusuf Kurniadi bisa dihubungi di no 081311265834 atau email [kurniadi.yusuf@gmail.com](mailto:kurniadi.yusuf@gmail.com) | Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan efektifitas media komunikasi kpk (portal web dan IG) terhadap persepsi korupsi masyarakat dengan metode quasi eksperimen kuantitatif, pretest-eksperimen-posttest | Sifatnya voluntary dengan pembiayaan pribadi | Untuk responden yang mengikuti eksperimen akan berjumlah 30+10% dengan kriteria yang sudah ditetapkan | Semua informasi yang berhubungan dengan data dan jawaban responden adalah rahasia, dengan akses terbatas hanya kepada peneliti dan pembimbing dengan menggunakan google.docs/forms proses eksperimentasi dengan mendekati pola penggunaan portal website dan media sosial instagram.

**KESEDIAAN MENGIKUTI EKSPERIMENTASI**

	<b>YA, SAYA BERSEDIA DENGAN SUKARELA UNTUK MENGIKUTI EKSPERIMENTASI DALAM PENELITIAN INI DAN MENGIKUTI SEMUA ARAHAN YANG DIBERIKAN OLEH PENELITI</b>
--	--

<b>NAMA</b>	:							(mohon nama/identitas sama dengan pretest)
<b>USIA</b>	:							(isi angka saja)
<b>JENIS KELAMIN</b>	:	LAKI-LAKI			PEREMPUAN			
<b>PEKERJAAN</b>	:			SWASTA		PNS		
<b>PENDIDIKAN</b>	:	SMA		DIPLOMA		S1	DIATAS	
<b>NO HP/WA</b>	:							
<b>E-MAIL</b>	:							

<b>EKSPERIMENTASI   KELOMPOK EKSPERIMEN PEKERJA</b>	
<b>UNTUK MENGIKUTI EKSPERIMENTASI INI, ANDA MEMPUNYAI WAKTU 2X24 JAM (2 HARI) UNTUK MEMPELAJARI PORTAL WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DIBAWAH INI</b>	
<b>INSTRUKSI</b>	
Bukalah portal web ini :  <p style="text-align: center;"><a href="https://www.kpk.go.id/">https://www.kpk.go.id/</a> <a href="https://acch.kpk.go.id/id/">https://acch.kpk.go.id/id/</a></p>	



**INSTRUKSI**

Bukalah Instagram ini

**@official.kpk**

**<https://www.instagram.com/official.kpk/>**

**INSTRUKSI**

**Carilah informasi yang berhubungan dengan tindak pidana korupsi dan antikorupsi pada portal website dan media sosial instagram tersebut :**

- 1. Carilah dan pelajari informasi tentang definisi tindak pidana korupsi!**
- 2. Carilah dan pelajari apa saja bentuk tindak pidana korupsi yang ada dalam perundang-undangan!**
- 3. Carilah dan pelajari apa itu gratifikasi!**
- 4. Carilah informasi tentang pejabat atau orang-orang penting di negeri ini yang dihukum karena melakukan tindak pidana korupsi!**

Lampiran 3 – RELIABILITY STATISTICS

Pekerja

Analisis 1

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	31

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	97.08	93.001	.421	.901
VAR00002	97.54	93.062	.290	.904
VAR00003	96.88	93.233	.355	.902
VAR00004	97.25	91.625	.447	.901
VAR00005	97.70	91.604	.373	.902
VAR00006	96.88	93.789	.350	.902
VAR00007	97.08	92.102	.438	.901
VAR00008	97.22	92.493	.374	.902
VAR00009	97.24	92.114	.386	.902
VAR00010	96.93	91.314	.469	.900
VAR00011	96.67	90.571	.582	.899
VAR00012	96.53	91.802	.597	.899
VAR00013	97.08	90.682	.483	.900
VAR00014	96.69	92.201	.443	.901
VAR00015	96.75	89.639	.666	.897
VAR00016	96.69	90.838	.457	.901
VAR00017	96.99	91.275	.357	.903
VAR00018	96.65	93.894	.276	.904
VAR00019	96.76	89.809	.623	.898
VAR00020	97.19	92.592	.410	.901
VAR00021	96.89	91.546	.557	.899
VAR00022	97.37	91.466	.381	.902
VAR00023	97.40	92.255	.371	.902
VAR00024	96.86	89.979	.623	.898
VAR00025	96.90	90.888	.552	.899
VAR00026	97.07	90.285	.487	.900
VAR00027	96.94	90.127	.563	.899
VAR00028	97.21	91.833	.347	.903
VAR00029	96.96	91.151	.553	.899
VAR00030	96.68	91.264	.606	.899
VAR00031	96.62	90.701	.699	.898

Analisis 2:

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	29

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

VAR00001	90.83	85.434	.400	.902
VAR00003	90.63	85.553	.346	.903
VAR00004	91.00	84.203	.422	.902
VAR00005	91.45	83.974	.366	.903
VAR00006	90.63	85.989	.350	.903
VAR00007	90.83	84.434	.433	.901
VAR00008	90.97	84.840	.366	.903
VAR00009	90.99	84.370	.387	.902
VAR00010	90.68	83.467	.482	.901
VAR00011	90.42	82.825	.590	.899
VAR00012	90.27	84.157	.590	.899
VAR00013	90.83	82.955	.488	.901
VAR00014	90.44	84.378	.451	.901
VAR00015	90.50	82.078	.660	.898
VAR00016	90.44	83.089	.463	.901
VAR00017	90.73	83.545	.359	.904
VAR00019	90.50	82.310	.611	.898
VAR00020	90.94	84.736	.421	.902
VAR00021	90.64	83.841	.558	.900
VAR00022	91.12	83.624	.391	.903
VAR00023	91.14	84.356	.385	.902
VAR00024	90.60	82.284	.629	.898
VAR00025	90.65	83.143	.559	.899
VAR00026	90.82	82.569	.492	.900
VAR00027	90.69	82.418	.569	.899
VAR00028	90.96	84.230	.338	.904
VAR00029	90.71	83.409	.558	.899
VAR00030	90.42	83.550	.609	.899
VAR00031	90.37	83.089	.694	.898

Analysis 1:

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.831	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1639.177
	df	406
	Sig.	.000

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.529	29.412	29.412	8.529	29.412	29.412	5.905	20.362	20.362
2	2.293	7.908	37.320	2.293	7.908	37.320	3.784	13.047	33.409
3	1.639	5.651	42.971	1.639	5.651	42.971	2.773	9.562	42.971
4	1.592	5.491	48.462						
5	1.334	4.602	53.063						
6	1.112	3.836	56.900						
7	1.086	3.747	60.646						
8	.976	3.365	64.012						
9	.908	3.132	67.144						
10	.883	3.046	70.190						
11	.868	2.993	73.182						
12	.769	2.652	75.834						
13	.710	2.447	78.282						

14	.654	2.255	80.537					
15	.645	2.225	82.762					
16	.548	1.889	84.652					
17	.492	1.697	86.348					
18	.485	1.673	88.021					
19	.482	1.661	89.682					
20	.445	1.533	91.216					
21	.407	1.403	92.618					
22	.390	1.345	93.963					
23	.370	1.277	95.240					
24	.316	1.091	96.331					
25	.273	.941	97.272					
26	.262	.905	98.177					
27	.193	.665	98.842					
28	.174	.600	99.443					
29	.162	.557	100.000					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
VAR00001	.138	.456	.245
VAR00003	.157	.680	-.186
VAR00004	.092	.671	.106
VAR00005	.033	.077	.801
VAR00006	.045	.408	.380
VAR00007	.056	.372	.574
VAR00008	.039	.708	.043
VAR00009	.076	.601	.143
VAR00010	.318	.361	.252
VAR00011	.501	.337	.239
VAR00012	.499	.400	.164
VAR00013	.296	.318	.377
VAR00014	.290	.474	.127
VAR00015	.606	.366	.156
VAR00016	.419	.308	.128
VAR00017	.286	.404	-.032
VAR00019	.657	.275	.085
VAR00020	.242	.101	.532
VAR00021	.507	.156	.347
VAR00022	.301	-.017	.502
VAR00023	.357	-.024	.410
VAR00024	.683	.131	.262
VAR00025	.762	.108	-.024
VAR00026	.558	-.099	.395
VAR00027	.613	.240	.096
VAR00028	.544	-.217	.226
VAR00029	.647	.144	.119
VAR00030	.685	.169	.175
VAR00031	.749	.254	.143

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 6 iterations.

Analysis 2:

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.785
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square 597.766

df	120
Sig.	.000

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.719	29.495	29.495	4.719	29.495	29.495	3.193	19.958	19.958
2	1.714	10.713	40.209	1.714	10.713	40.209	2.571	16.071	36.029
3	1.183	7.394	47.603	1.183	7.394	47.603	1.852	11.573	47.603
4	1.115	6.971	54.574						
5	1.002	6.263	60.837						
6	.892	5.574	66.410						
7	.769	4.809	71.219						
8	.717	4.479	75.698						
9	.691	4.319	80.017						
10	.660	4.127	84.144						
11	.570	3.564	87.708						
12	.545	3.404	91.112						
13	.449	2.804	93.917						
14	.412	2.576	96.492						
15	.310	1.937	98.429						
16	.251	1.571	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
VAR00001	.096	.572	.277
VAR00003	.328	.644	-.190
VAR00004	.173	.778	.031
VAR00006	.396	.199	.076
VAR00008	.066	.750	.130
VAR00009	.188	.645	.041
VAR00010	.601	.190	.022
VAR00011	.595	.199	.233
VAR00012	.627	.183	.239
VAR00015	.624	.234	.289
VAR00016	.751	-.019	-.071
VAR00019	.666	.116	.310
VAR00020	.047	.119	.752
VAR00022	.162	.062	.610
VAR00023	.255	-.020	.579
VAR00029	.500	.109	.380

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 6 iterations.

**Analysis 3:**

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.758
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square 461.042
	df 78
	Sig. .000

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.008	30.830	30.830	4.008	30.830	30.830	2.571	19.779	19.779
2	1.661	12.778	43.608	1.661	12.778	43.608	2.549	19.610	39.389
3	1.158	8.906	52.514	1.158	8.906	52.514	1.706	13.125	52.514
4	.973	7.486	60.000						
5	.885	6.807	66.807						
6	.715	5.500	72.307						
7	.685	5.271	77.579						
8	.677	5.206	82.784						
9	.644	4.955	87.739						
10	.533	4.103	91.843						
11	.459	3.531	95.374						
12	.330	2.541	97.915						
13	.271	2.085	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
VAR00001	.125	.552	.234
VAR00003	.328	.649	-.197
VAR00004	.167	.781	.019
VAR00008	.065	.754	.086
VAR00009	.076	.677	.118
VAR00011	.548	.228	.288
VAR00012	.676	.195	.217
VAR00015	.695	.245	.204
VAR00016	.751	.000	-.052
VAR00019	.729	.132	.218
VAR00020	.131	.103	.668
VAR00022	.100	.085	.721
VAR00023	.218	.003	.634

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 5 iterations.

Lampiran 4 – RELIABILITY STATISTICS

Responden pekerja

Tahap 1

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	35

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.00	.632	31
VAR00002	2.77	.762	31
VAR00003	3.32	.599	31
VAR00004	3.19	.601	31
VAR00005	2.61	.761	31
VAR00006	3.35	.551	31
VAR00007	3.10	.539	31
VAR00008	3.19	.543	31
VAR00009	2.94	.512	31
VAR00010	3.16	.523	31
VAR00012	3.19	.601	31
VAR00013	3.26	.514	31
VAR00014	3.19	.543	31
VAR00015	3.29	.529	31
VAR00016	2.16	.735	31
VAR00017	3.00	.577	31
VAR00018	3.45	.506	31
VAR00019	3.10	.908	31
VAR00020	3.71	.461	31
VAR00021	3.32	.791	31
VAR00023	3.13	.499	31
VAR00024	1.90	.597	31
VAR00025	2.61	.844	31
VAR00026	3.23	.617	31
VAR00027	2.71	.783	31
VAR00028	2.65	.661	31
VAR00029	2.65	.661	31
VAR00030	3.26	.575	31
VAR00031	3.26	.682	31
VAR00032	3.06	.680	31
VAR00033	3.23	.669	31
VAR00034	2.71	.824	31
VAR00035	3.35	.486	31
VAR00036	3.03	.407	31
VAR00037	3.39	.558	31

Tahap 2

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	13

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00002	50.87	31.916	.372	.889
VAR00003	50.32	31.226	.615	.877
VAR00004	50.45	30.989	.650	.876
VAR00005	51.03	32.366	.319	.891
VAR00006	50.29	31.280	.669	.876
VAR00007	50.55	31.123	.714	.874
VAR00008	50.45	31.723	.603	.878
VAR00009	50.71	31.546	.677	.876
VAR00010	50.48	31.458	.678	.876
VAR00013	50.39	33.045	.405	.885
VAR00026	50.42	33.252	.291	.889
VAR00030	50.39	32.312	.468	.883
VAR00031	50.39	30.978	.562	.879
VAR00033	50.42	30.652	.622	.877
VAR00035	50.29	32.546	.526	.881
VAR00036	50.61	32.845	.577	.880
VAR00037	50.26	32.198	.504	.881



Lampiran 5 – Tabel Pertanyaan Posttest Dari Hasil Analisis CFA Kelompok Pekerja

NO	POST-TEST	Jawaban			
berilah tanda centang $\surd$ (copy) untuk mengisi jawaban anda, (1) = Sangat Tidak Setuju, (2) = Tidak Setuju, (3) = Setuju, (4) = Sangat Setuju.					
1	Saya mengerti dan paham definisi tindak pidana korupsi dan perilaku koruptif	1	2	3	4
2	Saya mengetahui dengan baik dampak yang diakibatkan oleh tindak pidana korupsi	1	2	3	4
3	Saya tahu apa itu tindak pidana korupsi gratifikasi dengan baik	1	2	3	4
4	saya mengetahui kasus-kasus korupsi E-KTP yang terjadi	1	2	3	4
5	Saya sangat paham bahwa benturan kepentingan dalam pengadaan masuk dalam tindak pidana korupsi	1	2	3	4
6	Saya mendukung upaya pemerintah dalam memberantas korupsi sejauh ini	1	2	3	4
7	Saya mendukung KPK menangkap pejabat yang korupsi	1	2	3	4
8	Saya merasa tidak nyaman menerima uang dari sumber yang tidak jelas	1	2	3	4
9	Saya menilai perbuatan politikus menyuap pemerintah adalah tidak wajar	1	2	3	4
10	Saya menilai bahwa mendapatkan pekerjaan di tempat yang 'basah' artinya saya harus selalu waspada atas korupsi	1	2	3	4
11	Saya akan melapor ke KPK kalau melihat tindak pidana korupsi	1	2	3	4
12	Saya hanya membayar parkir yang resmi saja	1	2	3	4
13	Memberi hadiah kepada guru sewaktu kenaikan kelas merupakan hal yang tidak seharusnya dilakukan	1	2	3	4

