

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu pencegahan tingginya tingkat korupsi adalah dengan pembentukan persepsi tentang bahaya korupsi dan cara pencegahannya melalui pendidikan formal yang diberikan oleh pemerintah. Korupsi dalam persepsi masyarakat adalah suatu proxy dalam memahami pentingnya sikap masyarakat terhadap pemerintah (Sun et al., 2022). Jika tingkat korupsi suatu negara terus menerus tinggi maka akan mengurangi kepercayaan politik warga. Sehingga warga justru tidak berminat dalam mengikuti aktivisme anti korupsi dan permasalahan korupsi tidak akan terselesaikan (Sun et al., 2022). Dengan demikian, pencegahan korupsi melalui pendidikan formal diperlukan untuk membentuk persepsi anak muda sebagai generasi penerus bangsa terhadap korupsi.

Sayangnya, pendidikan formal anti korupsi yang sudah ada masih tidak cukup untuk membentuk persepsi anak muda. Hal tersebut didasari oleh penelitian dari (Hambali, 2020) tentang “Evaluasi Program Pendidikan Antikorupsi dalam Pembelajaran”, didapati bahwa pendidikan anti korupsi yang dijalankan dalam pendidikan formal, mengalami beberapa kendala dan berakhir kurang efektif untuk membentuk persepsi anak muda usia sekolah. Modul pembelajaran yang dikembangkan oleh KPK pada proses pembelajaran hanya menekankan pada transfer pengetahuan saja. Padahal, jika hanya mengandalkan modul pembelajaran seperti melalui pelajaran PPKn atau modul KPK, tidak ada perubahan signifikan dalam persepsi dan keyakinan siswa mengenai korupsi (Fajar & Muriman, 2018).

Diperlukan kegiatan atau aktivitas di luar pembelajaran atau pendidikan formal untuk memperkuat usaha dalam mengubah persepsi anak muda. Kegiatan tersebut dapat diadakan oleh komunitas di luar sekolah melalui kampanye kesadaran komunitas. Komunitas dapat bekerja sama dengan sekolah dan membuat kegiatan yang mencakup forum dan diskusi publik,

penjangkauan media serta menggelar acara seperti pameran atau lainnya (Julfizar & Akhyar, 2024). Acara yang dapat diselenggarakan dalam rangka penguatan pendidikan anti korupsi salah satunya adalah *event screening* film bertemakan nilai anti korupsi.

Event screening film disertai diskusi nilai anti korupsi efektif dalam mempengaruhi kesadaran serta membangun persepsi generasi muda untuk lebih teguh berintegritas dan memiliki sikap anti korupsi, karena pada dasarnya film adalah salah satu media propaganda. Film menjadi salah satu media propaganda karena pandangan mengenai film memiliki jangkauan, realisme dan pengaruh emosional (Toni, 2015). Selain itu, film dapat menjadi media propaganda karena sifatnya informatif, yang mana pada dasarnya bentuk informasi apapun dapat berpotensi mempengaruhi orang untuk memiliki sikap tertentu (Littlejohn et al., 2016).

Berdasarkan penelitian yang sudah ada, *event* penyuluhan anti korupsi efektif untuk mengedukasi perilaku anti korupsi pada audiens. Penyuluhan anti korupsi menjadi efektif dalam mendukung pendidikan anti korupsi yang sudah ada karena dapat memberikan banyak contoh perilaku anti korupsi yang positif, dengan harapan dapat diadopsi oleh peserta penyuluhan (Prayuti et al., 2024). *Sementara, event screening* film dapat menjadi sarana untuk mengadakan penyuluhan anti korupsi. Hal tersebut karena *event screening* film merupakan acara komunitas yang melibatkan sekolah, mengirimkan pesan kuat tentang komitmen siswa terhadap integritas (Julfizar & Akhyar, 2024).

Dalam mengimplementasikan event atau acara dengan tujuan menyampaikan suatu pesan kepada audiens, diperlukan sebuah tim atau organisasi yang dipimpin oleh seorang *project leader*. *Project leader* adalah seseorang yang bertugas untuk memimpin tim dan menjamin sebuah proyek dapat berjalan dengan semestinya (Russ Garcia, 2024). *Project leader* bekerja untuk memastikan setiap anggota tim terlibat sesuai dengan pekerjaannya, memastikan kebutuhan tim terpenuhi dan menjaga lingkungan kerja tetap sehat dan produktif (Russ Garcia, 2024). Seorang *project leader* harus menjaga agar setiap anggota tim fokus mengerjakan proyek sesuai dengan perannya dan terus

bergerak maju mencapai tujuan (Apriliani, 2021). *Project leader* bertanggung jawab untuk mengetahui status proyek terkini dan mendelegasikan tugas yang harus diselesaikan dalam tenggat waktu sesuai dengan *timeline* yang sudah disepakati (Apriliani, 2021). Dapat disimpulkan bahwa *project leader* bersifat *people centric*, karena fokus pada mengelola proyek sambil menginspirasi setiap orang yang bekerja untuk dapat menyelesaikan proyek sesuai dengan tujuan proyek itu sendiri.

Project leader merupakan peran yang bersifat *people centric* sehingga seseorang yang mengemban peran ini harus memiliki *people skill*. *People skill* sangat dibutuhkan terutama jika ingin proyek yang dipimpin mengalami kesuksesan. *People skill* adalah kemampuan untuk berkomunikasi dengan orang lain dengan cara yang ramah sehingga dapat bekerja sama secara efektif (Cambridge, 2024). Dengan adanya *people skill*, seorang *project leader* dapat menjalankan tugasnya yang sering berkaitan dengan banyak orang, baik yang ada di dalam tim atau internal maupun eksternal.

Oleh karena itu, perlu diadakan edukasi dan sosialisasi terhadap anak SMP-SMA melalui *Event* Penayangan Film “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Anti Korupsi” di Kota Semarang sebagai upaya untuk membangun persepsi anak SMP-SMA mengenai perlunya menghindari tindak korupsi. Dalam upaya implementasinya, kemampuan *leadership* seorang *project leader* dari event Gemakan Aksi akan terlihat dan diuji apakah dapat membantu tim mencapai tujuan dari diadakannya event tersebut. *Event* ini mendapatkan dukungan pembiayaan dan difasilitasi oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) RI dalam rangka Anti-Corruption Film Festival (ACFFEST) Kategori Lomba Cipta *Event* SinemAksi Tahun 2024.

Tujuan dari diadakannya *event* tersebut adalah memberikan *awareness* dan wawasan untuk memberikan persepsi bahwa korupsi adalah tindakan yang patut diwaspadai. Selain itu, dengan diadakan acara tersebut, diharapkan anak muda khususnya SMP-SMA di Kota Semarang dapat lebih mengerti arti integritas dan dapat memegang teguh integritas untuk mencegah korupsi

melalui perantara film yang ditayangkan disertai dengan sesi diskusi dan serangkaian kegiatan interaktif di dalamnya.

1.2. Rumusan Masalah

Pembangunan persepsi anti korupsi yang ada di pendidikan formal perlu diperkuat oleh penyuluhan anti korupsi dalam bentuk *event* yang diselenggarakan oleh komunitas. Pendidikan anti korupsi di sekolah masih kurang efektif dalam membentuk persepsi anak muda terhadap korupsi, karena hanya mengandalkan transfer pengetahuan (Hambali, 2020). Berdasarkan penelitian dari (Sihombing, 2018), menunjukkan bahwa sebanyak 51,76% responden usia remaja tidak dapat mendefinisikan integritas secara jelas. Padahal persepsi dan keyakinan akan integritas dan korupsi adalah hal buruk, patut dimiliki oleh anak muda usia SMP-SMA. Dengan demikian, *Event Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Anti Korupsi* menjadi salah satu *event* penyuluh anti korupsi untuk membangun persepsi anti korupsi. Dalam penyelenggaraan acara tersebut, peran *project leader* sangat krusial dan penting. Kemampuan *leadership project leader* menjadi kunci keberhasilan *event* mencapai target yang sudah ditentukan.

Berdasarkan uraian di atas, pertanyaan penelitian yang muncul adalah:

1. Bagaimana proses *leadership project leader* dalam keberjalanan penyelenggaraan Event Anti Korupsi untuk mencapai *Objective Key Result* yang telah disepakati dengan klien?

1.3. Tujuan

Tujuan karya bidang “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Anti Korupsi” ini adalah

1. Untuk mengetahui kemampuan dan proses *leadership project leader* dalam upaya mencapai *Objective Key Result* saat mengimplementasikan Event tersebut

1.4. Analisis Situasi

1.4.1. PESTEL Analysis

Dalam menjalankan proses *leadership* dalam *event* “Gemakan Aksi” diperlukan pemahaman analisis situasi dan dampaknya pada *event*. Salah satunya adalah dengan menganalisa dari segi *Politic, Economy, Social, Technology, Environmental* dan *Legal*. Hal tersebut untuk menganalisa dampak dari segi politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan dan hukum terhadap *event* yang diselenggarakan (Davis, 2017). Seorang pemimpin harus memahami hal tersebut karena dapat mempengaruhi keputusan yang diambil dalam keseluruhan *project*. Oleh karena itu, berikut analisis PESTEL dari *event* Gemakan Aksi

1.4.1.1. Political

Fenomena korupsi di Indonesia marak terjadi. Dibuktikan dengan adanya Indeks Persepsi Korupsi atau CPI sebesar 38 dari 100 sehingga menjadikan Indonesia berada di peringkat 96 dari 180 negara berdasarkan data dari Transparency International (Transparency International Indonesia, 2022). Tindak korupsi sudah menjadi bagian dari perilaku masyarakat, karena perkembangannya meliputi seluruh lapisan masyarakat dan dipraktikkan oleh institusi yang ada di Indonesia (Putra & Linda, 2022). Sehingga perlu adanya upaya pencegahan mulai dari level pendidikan agar fenomena korupsi tidak terus menerus menjadi permasalahan di Indonesia.

Event “Gemakan Aksi” berperan sebagai penyuluhan anti korupsi dengan tujuan membentuk persepsi bahwa korupsi adalah tindakan yang membahayakan. Dari segi politis, *event* ini dimaksudkan untuk membantu mengupayakan pemberantasan kemungkinan terjadinya tindak korupsi dari pemahaman dan persepsi yang dibentuk.

Terlebih, *event* ini didukung penuh oleh Komisi Pemberantasan Korupsi RI dalam rangka Anti Corruption Film Festival (ACFFEST) kategori SinemAksi.

1.4.1.2. *Economic*

Perkembangan ekonomi Indonesia mengalami deflasi, yang menjadikan daya beli masyarakat menurun. Per bulan September 2024, Indonesia mengalami deflasi sebesar 1,34% (mtm) (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2024). Hal tersebut menyebabkan daya beli masyarakat Indonesia mengalami penurunan, khususnya kelompok menengah (CNN Indonesia, 2024). Berdasarkan data dari BI pada edisi November 2023, rasio konsumsi kelompok dengan pendapatan di bawah Rp 5.000.000 sebagian besar mengalami penurunan (CNN Indonesia, 2024).

Hal tersebut dapat mendukung keberjalanan *event* ini karena peserta tidak dipungut biaya apapun. Selain itu, dalam menyelenggarakan *event* ini, tim penyelenggara mendapatkan pendanaan sebesar Rp 30.000.000 oleh GIZ CPFS, lembaga kerja sama Jerman dan Indonesia sektor pemberantasan korupsi yang bekerja sama dengan KPK RI.

1.4.1.3. *Social*

Dari segi sosial, pencegahan tindakan korupsi perlu dilakukan terutama bagi negara yang memiliki angka CPI tinggi. Seperti halnya yang sudah disebutkan oleh (Sun et al., 2022) bahwa persepsi masyarakat terhadap tindak korupsi menjadi kunci kepedulian masyarakat terhadap pemerintah serta pada aktivisme anti korupsi itu sendiri. Pemerintah Jawa Tengah khususnya Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Jawa Tengah sudah mengupayakan

untuk membentuk persepsi melalui pendidikan antikorupsi. Hal tersebut dituangkan dalam kesepakatan Bupati Walikota Se- Jawa Tengah untuk mencanangkan kurikulum anti korupsi (Jatengprov.go.id, 2019). Bahkan dalam kesepakatan tersebut, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah akan mendukung kegiatan komunitas maupun perguruan tinggi yang dapat membantu keberjalanan kurikulum anti korupsi.

Dalam hal ini, *event* “Gemakan Aksi” terindikasi mendapatkan dukungan pemerintah terutama Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Tengah, karena sejalan dengan kesepakatan pengadaan kurikulum anti korupsi. Namun, perlu diobservasi lebih lanjut dalam keberjalanan *project event* apakah kesepakatan tersebut masih berlaku atau tidak.

1.4.1.4. *Technological*

Media sosial menjadi salah satu kemajuan teknologi yang sudah menjadi hal biasa di masyarakat. Manfaat atau kegiatan bermedia sosial sudah menjamur dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data dari We Are Social Indonesia, terdapat 139.000.000 pengguna media sosial di Indonesia atau setara dengan 49,9% masyarakat Indonesia merupakan pengguna media sosial (Thompson, 2024).

Oleh karena itu, media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai media berkomunikasi sekaligus promosi *event* “Gemakan Aksi”. Hal tersebut juga didukung oleh teori *Integrated Marketing Communication* yang mengatakan bahwa media sosial dapat menjadi salah satu *tools* yang efektif dalam menyampaikan pesan persuasif (Smith & Zook, 2020), supaya *event* ini dapat

menjangkau segmentasi audiens yang sesuai dan memenuhi target jumlah peserta.

1.4.1.5. *Environmental*

Setiap *event* yang dilaksanakan memiliki kecenderungan untuk mencemari lingkungan dari sampah yang dihasilkan. Hal tersebut disebabkan oleh *event* menyediakan konsumsi dengan jenis sampah plastik, kertas dan tisu yang termasuk sampah anorganik. Berdasarkan data dari (Waste4change.com, 2019), setiap tahun pada saat lebaran, volume sampah meningkat secara signifikan dan bahwa mencapai 7.781 ton di Bantar Gebang, Jakarta pada tahun 2018. Kemudian di tahun yang sama, Dinas Lingkungan Hidup Jakarta mendapati 780 ton sampah dihasilkan dari malam tahun baru. Dari data tersebut membuktikan bahwa *event* dengan jumlah massa yang besar memungkinkan untuk meningkatkan jumlah sampah yang dihasilkan. Padahal, peningkatan jumlah plastik yang tidak terkendali akan mencegah Indonesia untuk memenuhi Paris Agreement yaitu perjanjian antar negara PBB untuk menurunkan tingkat pemanasan global (*The Paris Agreement* | UNFCCC, n.d.).

Oleh karena itu, dalam *event* “Gemakan Aksi” diperlukan *Event Waste Management*. *Event Waste Management* adalah sebuah *event* harus bertanggungjawab untuk mengelola sampah yang dihasilkan. Sampah yang dihasilkan dalam serangkaian acara tidak dibuang sembarangan atau tidak terkoordinir. Pihak penyelenggara akan menyediakan tempat sampah dalam bentuk *trashbag* yang dapat membantu pengelolaan pembuangan sampah peserta.

1.4.1.6. *Legal*

Komisi Pemberantasan Korupsi RI sudah menjalin kerja sama dengan Departemen Pendidikan Nasional dan beberapa sekolah untuk menyelenggarakan program pendidikan anti korupsi. Program tersebut dapat diimplementasikan dalam bentuk modul maupun sosialisasi pada jenjang pendidikan (Manurung & Heliany, 2020). Hal tersebut tertuang dalam Strategi Nasional Pendidikan Antikorupsi yang dikeluarkan oleh KPK RI dengan tujuan menanamkan nilai antikorupsi pada generasi muda (Bidang Aksi dan Informasi KPK RI, 2023).

Dalam hal ini, penyelenggaraan *event* “Gemakan Aksi” didukung oleh kebijakan tersebut dan selaras dengan tujuan penanaman antikorupsi. Sehingga acara dapat berjalan dengan lancar karena adanya dukungan dalam bentuk peraturan pemerintah.

1.4.2. SWOT Analysis

Pemahaman analisis situasi selain PESTEL *analysis* adalah analisis SWOT. SWOT menjadi dasar untuk pengambilan keputusan tim manajerial khususnya *leaders*, karena akan ada banyak usulan atau masukan terkait keberjalanan *project* yang harus dievaluasi dan kemudian dijadikan keputusan (Puyt et al., 2023). Keputusan yang diambil tidak boleh merugikan di masa kini dan masa depan. Oleh karena itu, berikut adalah SWOT dari *event* “Gemakan Aksi”

Tabel 1. 1. SWOT *Event* Gemakan Aksi

Strength	Weakness
• Pembimbingan dan dukungan dari Komisi Pemberantas Korupsi RI pada pelaksanaan <i>event</i>, mulai dari tahap	• Tema utama acara yaitu anti korupsi dan integritas biasanya dianggap topik serius sehingga belum banyak siswa SMP dan

perencanaan hingga pasca acara, karena <i>event</i> ini merupakan bagian dari ACFFEST KPK 2024 • <i>Event</i> sesuai dengan program anti korupsi yang diupayakan oleh KPK dan sekolah	SMA yang minat. Perlu membuat pesan persuasif yang tepat untuk menarik ketertarikan siswa menjadi peserta • Rangkaian <i>main event</i> yang terdiri dari beberapa sub acara memerlukan sarana dan prasana yang mendukung sehingga membutuhkan anggaran besar
Opportunities	Threats
• Terjalannya kerja sama dengan beberapa pihak terutama Dinas Pendidikan Kota Semarang dan Provinsi Jawa Tengah, <i>media partner</i> dan <i>sponsorship</i> dapat memberikan dukungan lebih dan membantu keberlangsungan acara • Adanya tren di mana masyarakat Indonesia mulai tertarik dengan film buatan Indonesia, terutama saat menjadi penonton. Hal tersebut dibuktikan oleh jumlah penonton film Indonesia di Indonesia mencapai 60 juta penonton per September 2024 (Sekar, 2024)	• Perubahan regulasi, kebijakan maupun permintaan di luar rencana yang sudah ditentukan terkait pelaksanaan <i>event</i>, karena <i>event</i> ini di bawah pengawasan KPK RI • Beberapa kejadian tidak terduga yang dapat menghalangi keberlangsungan acara • Adanya acara atau <i>event</i> lain dengan target sasaran yang sama di bulan Oktober 2024, sehingga perhatian target audiens terbagi

1.5.Tinjauan Pustaka

1.5.1. Komunikasi Organisasi dan Manajemen *Project*

Komunikasi adalah hal yang vital di dalam sebuah organisasi. Komunikasi adalah tercapainya pemahaman dalam suatu kelompok tentang suatu hal atau isu yang dapat menyatukan atau bahkan dapat memecah belah kelompok itu sendiri (Miller, 2014). Oleh karena itu dalam konteks komunikasi organisasi, komunikasi dianggap sebagai bagian dari proses terjalannya informasi atau pesan yang berfokus pada bagaimana suatu kerja sama dicapai, terjadi kesepahaman untuk mencapai tujuan bersama (Littlejohn et al., 2016). Dari pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa komunikasi dalam suatu organisasi penting karena berperan dalam membangun kesepahaman, kerja sama untuk mencapai tujuan bersama dan dapat mempengaruhi hubungan dalam kelompok.

Terdapat beberapa teori dalam lingkup komunikasi organisasi dan manajemen *project*, tiga di antaranya berhubungan dengan kemampuan *leadership* yang dapat digunakan dalam menjadi seorang *project leader* dalam mengelola *project*. Teori tersebut yaitu *Participation in Decision Making Theory*, *Communication and Leadership Theory* dan *Transformational Leadership Approach for Team Performance*.

1.5.1.1. *Participation in Decision Making Theory*

Teori *Participation in Decision Making* (PDM) adalah teori yang menjelaskan perlunya partisipasi anggota dalam proses pengambilan keputusan. Teori ini memiliki asumsi bahwa partisipasi anggota dalam pembuatan keputusan dengan memberikan kesempatan kepada anggota untuk menyampaikan pendapat, anggota organisasi akan merasa dihargai sehingga timbul loyalitas atau berkomitmen terhadap organisasinya (Miller, 2014). Dampak yang ditimbulkan dari penggunaan PDM dalam

organisasi terbagi menjadi dua, yaitu secara kognitif dan afektif. Secara kognitif, terjadi peningkatan penggunaan informasi dari berbagai anggota dengan pemahaman mereka sesuai dengan keahliannya tentang keputusan yang akan diambil organisasi. Secara afektif, penggunaan PDM akan meningkatkan produktivitas dan efektivitas pengambilan keputusan (Miller, 2014).

Dalam hal ini, seorang pemimpin tim atau organisasi pelaksana acara “Gemakan Aksi” atau *project leader* akan mengimplementasikan PDM dalam pengambilan keputusan. Partisipasi anggota tim dalam pembuatan keputusan melalui diskusi bersama sangat penting supaya anggota merasa terlibat dalam setiap keberjalanan organisasi dan sudut pandang anggota berdasarkan pengalaman sebelumnya maupun keahlian di bidang atau *jobdescnya* penting untuk dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan. Sehingga gaya kepemimpinan dalam memandu pelaksanaan acara “Gemakan Aksi” bukanlah sentralistik dan otoriter di mana pemimpin otokratis membuat keputusan hanya berdasarkan gagasan pribadinya.

1.5.1.2. *Communication and Leadership Theory*

Peran komunikasi sangat krusial dalam proses kepemimpinan organisasi. Hal tersebut karena pemimpin sebagai pemandu keberjalanan organisasi perlu berhati-hati dalam menyampaikan pesannya. Menurut Gail Fairhurst dan Robert Starr dalam (Miller, 2014), kepemimpinan atau *leadership* adalah “*language game*”, artinya diperlukan teknik “*framing*” dalam mengelola makna dengan cara memilah aspek pesan mana yang ditonjolkan. Menurut Fairhurst dan Starr (Miller, 2014),

kepemimpinan efektif terjadi ketika pemimpin paham akan tanggung jawab dan tujuannya serta dapat memperhatikan konteks, mengetahui waktu dan situasi peluang untuk menciptakan makna tertentu dalam pesan yang disampaikan. Dalam kata lain, proses kepemimpinan yang efektif terjadi ketika pemimpin dapat menggunakan bahasa dan cara pengelolaan makna yang dapat dipahami secara tepat.

Oleh karena itu, proses kepemimpinan yang efektif untuk keberjalanan acara “Gemakan Aksi” adalah kepemimpinan yang dapat mengelola pesan dengan baik. Dalam keberjalanan suatu acara, tentunya melibatkan *stakeholder* eksternal dan internal. *Project Leader* sebagai penanggung jawab keseluruhan acara harus dapat berkoordinasi dengan baik dengan *stakeholder* eksternal saat mewakili tim dan *stakeholder* internal saat memandu kinerja dalam tim. Sehingga harus dapat menyesuaikan bahasa yang digunakan agar penerima pesan paham.

1.5.1.3. *Transformational Leadership Approach for Team Performance and Project Management*

Gaya atau pendekatan yang digunakan dalam memimpin tim dapat berdampak pada kinerja atau produktivitas tim tersebut, salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah *transformational leadership*. *Transformational leadership* adalah kepemimpinan yang memiliki ciri khas dapat memotivasi bawahan untuk menghasilkan *output* dengan memaksimalkan kemampuan inovasinya (Tabassi et al., 2017). Selain itu, kemampuan kepemimpinan dengan pendekatan ini cenderung menggunakan komunikasi formal dan informal di antara anggota tim. Penggunaan gaya komunikasi

dalam memimpin tersebut dapat meningkatkan hubungan interpersonal di antara anggota dan dapat meningkatkan performa tim.

Performa tim dengan pemimpin yang mengadaptasi pendekatan *transformational leadership* dapat mencapai tujuan secara efektif. Hal tersebut dipengaruhi beberapa faktor di mana pemimpin harus memiliki kemampuan berikut, yaitu kreatif, komunikasi yang baik, menjalin hubungan interpersonal, bertanggung jawab dan dapat diandalkan serta dapat menciptakan kolaborasi di antara anggota tim (Tabassi et al., 2017). Dapat disimpulkan bahwa pendekatan ini dapat membawa performa tim ke arah positif atau mencapai level performa yang tinggi.

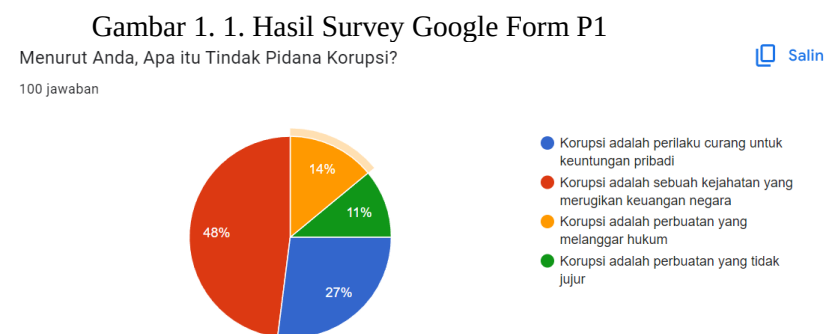
Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan dalam memimpin tim *project event* “Gemakan Aksi” adalah pendekatan *transformational*. Pendekatan ini memungkinkan seorang pemimpin untuk menciptakan hubungan yang akrab dengan anggota tim, menetapkan dan menjelaskan kepada anggota tentang tujuan yang jelas serta dapat menciptakan iklim kondusif untuk berkolaborasi antar anggota. Namun, keputusan yang diambil dapat diandalkan dan berdampak positif terhadap kinerja anggota untuk dapat bekerja dengan maksimal demi mencapai tujuan bersama. Sehingga pendekatan ini cocok diaplikasikan untuk dapat meningkatkan performa tim dalam mencapai tujuan bersama secara lebih efektif.

Pengetahuan dan kemampuan ini diterapkan dalam memimpin tim “Gemakan Aksi” dibuktikan dengan adanya analisis PEST dan SWOT dalam pembuatan proposal sebagai dasar pelaksanaan sekaligus tahap perencanaan *project*. Selain itu, ke depannya akan dilakukan diskusi dan sesi *brainstorming* dalam

mengambil keputusan krusial untuk mengetahui sekaligus mencegah potensi krisis. Jika krisis terjadi, *project leader* sebagai pemimpin tim akan mengendalikan situasi terlebih dahulu, mengajak anggota untuk mengumpulkan informasi sebanyak mungkin, menyiapkan *PIC* untuk pusat manajemen krisis, berkomunikasi lebih sering untuk mencegah kesalahpahaman dalam penanganan krisis, membuat cadangan rencana untuk mencegah krisis lanjutan dan tentunya penanganan krisis tidak boleh menghambat kinerja keseluruhan tim (Argenti, 2023).

1.6.Rancangan Project

1.6.1. Hasil Riset



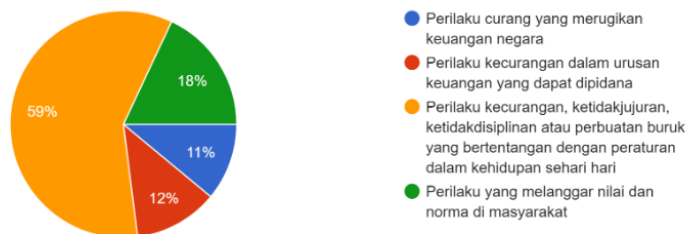
Melalui riset yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa dari 100 responden, sebanyak 48% menjawab pertanyaan dengan benar mengenai definisi dari tindak pidana korupsi dan 52% salah dalam menjawab. Sehingga disimpulkan bahwa hanya 48% dari 100 responden yang memahami arti dari tindak korupsi.



Melalui riset yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa dari 100 responden, sebanyak 52% menjawab pertanyaan dengan benar mengenai jenis kasus yang masuk ke dalam tindak korupsi dan 48% salah menjawab. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hanya 52% responden yang mengetahui kasus apa saja yang bisa dikategorikan sebagai tindak korupsi.

Gambar 1. 3. Hasil Survey Google Form P3

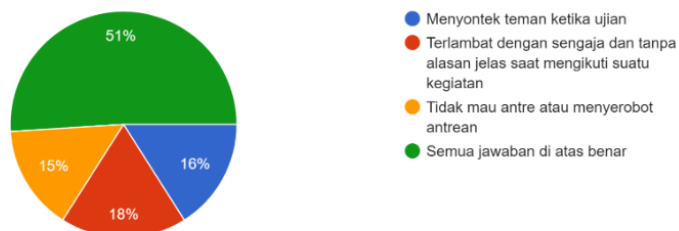
Menurut Anda, Apa yang dimaksud dengan Perilaku Koruptif?
100 jawaban



Melalui riset yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa dari 100 responden,, sebanyak 59% menjawab pertanyaan dengan benar tentang definisi perilaku koruptif dan 41% salah menjawab. Dapat disimpulkan bahwa hanya 59% responden yang mengerti maksud dari perilaku koruptif.

Gambar 1. 4. Hasil Survey Google Form P4

Menurut Anda, Mana di antara kasus berikut yang merupakan perilaku koruptif?
100 jawaban



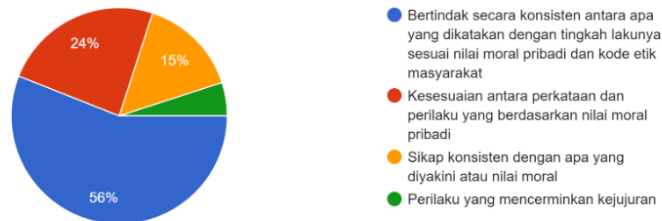
Melalui riset yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa dari 100 responden,, sebanyak 51% menjawab pertanyaan dengan benar mengenai contoh perilaku koruptif dan 49% salah menjawab. Dapat

disimpulkan bahwa hanya 51% responden memahami apa saja yang termasuk perilaku koruptif.

Gambar 1. 5. Hasil Survey Google Form P5

Menurut Anda, Apa yang dimaksud dengan Integritas?

100 jawaban

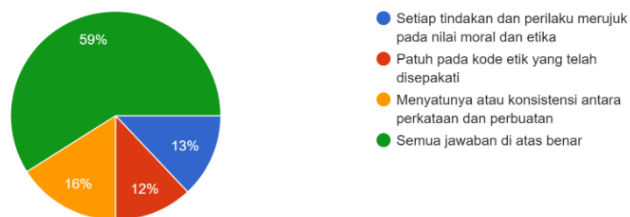


Melalui riset yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa dari 100 responden,, sebanyak 56% menjawab pertanyaan dengan benar mengenai definisi integritas, tetapi 44% salah menjawab. Dapat disimpulkan bahwa 56% responden memahami maksud dari integritas.

Gambar 1. 6. Hasil Survey Google Form P6

Menurut Anda, Mana di antara perilaku berikut yang mencerminkan sikap integritas?

100 jawaban

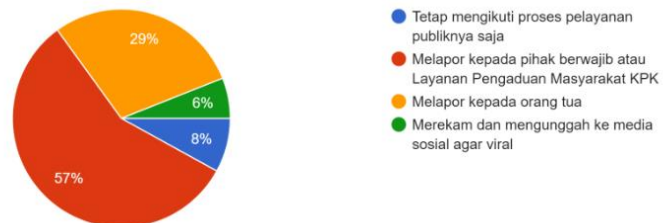


Melalui riset yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa dari 100 responden,, sebanyak 59% menjawab pertanyaan dengan benar mengenai bentuk perilaku yang mencerminkan sikap integritas dan 41% salah menjawab. Dapat disimpulkan bahwa 59% responden mengetahui jenis perilaku yang mencerminkan sikap integritas.

Gambar 1. 7 Hasil Survey Google Form P7

Bagaimana sikap Anda jika melihat tindakan korupsi yang dilakukan oleh pejabat publik saat mendapatkan pelayanan publik?

100 jawaban



Melalui riset yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa dari 100 responden, hanya 57% jika melihat tindakan korupsi yang dilakukan pejabat publik saat mendapatkan pelayanan publik akan melapor pada pihak berwajib atau Layanan Pengaduan Masyarakat KPK.

Gambar 1. 8. Hasil Survey Google Form P8

Bagaimana sikap Anda jika melihat teman yang berperilaku koruptif?

100 jawaban

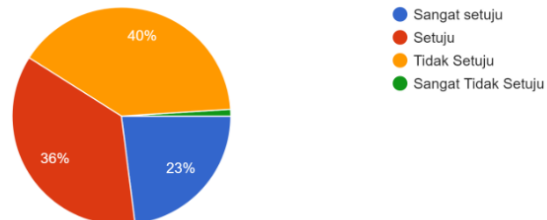


Melalui riset yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa dari 100 responden, hanya 60% akan mengingatkan temannya yang berperilaku koruptif untuk bersikap jujur dan disiplin dimanapun dan kapanpun. Namun, 40% lainnya bersikap tidak peduli.

Gambar 1. 9 Hasil Survey Google Form P9

Saya selalu mematuhi aturan dan norma di kehidupan sehari-hari walaupun tidak ada yang mengawasi

100 jawaban

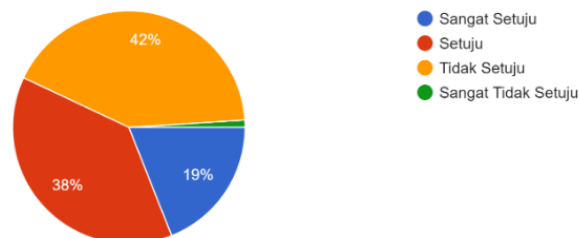


Melalui riset yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa dari 100 responden, hanya 40% yang menyatakan tidak setuju jika tidak diawasi akan mematuhi aturan dan norma di kehidupan sehari-hari. 23% menyatakan sangat setuju, 36% menyatakan setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju.

Gambar 1. 10. Hasil Survey Google Form P10

Saya selalu menepati janji dan mengatakan hal yang sebenarnya walaupun tidak nyaman

100 jawaban



Melalui riset yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa dari 100 responden, sejumlah 42% menyatakan tidak setuju jika harus selalu menepati janji dan menyatakan kejujuran walaupun tidak nyaman. 38% yang menyatakan setuju, 19% sangat setuju dan 1% sangat tidak setuju terhadap pernyataan di atas.

1.6.2. Segmentasi Event

- Demografis :
 - Murid SMP-SMA
 - Laki-laki maupun perempuan
 - Rentang usia 12 - 18 Tahun
- Geografis :

- Tinggal di wilayah Kota Semarang
- Psikografis :
 - *Update* terhadap tren terkini
 - Tertarik pada film sebagai media edukasi, baik sebagai penikmat film maupun sebagai pembuat film
 - Peduli terhadap isu pencegahan korupsi atau anti korupsi

1.6.3. Objektif

1.6.3.1. Objektif

1. Meningkatkan pemahaman dan pernyataan sikap integritas mengenai korupsi siswa SMP-SMA di Kota Semarang diukur melalui *pre test* dan *post test* dengan hasil lebih dari 59,1%. Hal tersebut berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Karo, 2020) ditemukan bahwa *event experiential* dapat berpengaruh sebesar 59,1% . Selain itu mengingat berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan sebelumnya pada aspek pemahaman masih sebesar 54% (dari 100%) dan pada aspek sikap masih sebesar 49% (dari 100%).
2. Diikuti peserta sebanyak 250 orang
3. Mengadakan acara *roadshow* ke 6 sekolah di Kota Semarang
4. Bekerja sama dengan 3 *Media Partner*
5. Bekerja sama dengan Dinas Pendidikan Kota Semarang dan Cabang Dinas Pendidikan Wilayah 1 Jawa Tengah untuk mengajak SMP-SMA di Kota Semarang berpartisipasi dalam *main event*
6. Mencapai 9 unggahan *feeds*, 6 unggahan *story*, dan 8 *reels* di akun media sosial Instagram @gemakan.aksi selama 2 bulan
7. Mencapai Tingkat rerata *engagement rate* 12 %
8. Penggunaan dana selama *project* kurang dari Rp30.000.000,00

1.6.4. Konsep Acara

1.6.4.1. Tema Acara

Tema yang diusung pada *Event* ini adalah “Perkuat Integritas, Tumpas Ular Penghisap”. Tema yang diusung sesuai dengan tujuan utama diadakannya acara ini yakni untuk penguatan integritas dalam rangka membentuk persepsi dan keyakinan bahwa korupsi adalah hal yang salah, disajikan dalam bentuk diskusi film.

1.6.4.2. Nama Acara

Nama acara yang kami usung yaitu “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Anti-Korupsi”. Nama acara ini sesuai dengan tujuan utama kegiatan ini yakni untuk mengedukasi generasi muda tentang pentingnya memperkuat integritas diri dan pentingnya peran mereka dalam memberantas korupsi.

1.6.5. Strategi

Strategi *Integrated Marketing Communication* digunakan dalam melaksanakan acara “Gemakan Aksi”. *Integrated Marketing Communication* merupakan strategi pemasaran yang menggunakan *tools* pemasaran namun saling berhubungan dan berkaitan, di mana data memegang peranan penting karena pesan yang disampaikan harus ditujukan kepada target yang spesifik (Blakeman, 2018)

Strategi yang dilakukan dalam menggunakan IMC memerlukan kesesuaian atau konsistensi pesan yang disampaikan antar *tools* satu dengan lainnya (Shrivastava & Dawle, 2020). Selain itu, pesan yang disampaikan harus bermakna bagi partisipan dalam proses komunikasi (Fill & Turnbull, 2019), karena bertujuan untuk menjangkau individu dalam target di mana pesan yang bermakna akan menciptakan hubungan yang erat antara target dengan pengirim pesan. Sehingga individu tersebut dapat terpengaruh dengan pesan yang disampaikan.

Dalam hal ini, *tools* IMC utama yang digunakan adalah *event*, namun *event* tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya *tools* lainnya. Supaya *event* dapat menjadi *tools* yang efektif dalam menyampaikan pesan persuasif, diperlukan integrasi dengan beberapa *tools* lainnya (Smith & Zook, 2020). Sehingga dirumuskanlah strategi dalam menyampaikan pesan persuasif dalam *event* ini menggunakan *IMC tools offline* dan *online* sebagai berikut:

1. *Social Media Marketing*, dengan pembuatan akun Instagram @gemakan.aksi sebagai pengenalan *event* dan beragam informasi seputar *event*
2. *Personal Selling door to door*, dengan diadakannya *roadshow* ke 6 sekolah dan penyebaran poster ke beberapa sekolah di Kota Semarang
3. *Public Relation*, bekerja sama dengan 3 *media partner*, Kronik Filmedia, dan Dinas Pendidikan Kota Semarang serta Jawa Tengah
4. *Event* dan *Experiential Marketing*, diadakannya serangkaian *event screening film*, meliputi Jelajah Lorong, FGD Ular Berbisa dan Seribu Daun untuk menciptakan *authentic experience* partisipan serta penayangan film dan diskusi untuk menegaskan pesan persuasif anti korupsi

Dalam strategi di atas, peran *project leader* adalah sebagai koordinator antar anggota dan menjadi penghubung antara pihak ACFFEST SinemAksi 2024 dengan tim maupun pihak internal kampus. Selain itu, *project leader* bertugas untuk memastikan strategi yang dilakukan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan.

1.6.6. Taktik

Taktik yang digunakan dalam Event Screening Film Gemakan Aksi ini, di antaranya:

1. Menyebar poster ke beberapa sekolah di Kota Semarang
2. Mengadakan *roadshow* ke 6 sekolah di Kota Semarang

3. Menggunakan *content marketing* dan media sosial sebagai promosi acara secara *online*
4. Memberikan undangan kepada siswa SMP-SMA untuk mengikuti *event screening film* Gemakan Aksi melalui arahan Dinas Pendidikan Kota Semarang dan Jawa Tengah
5. Mengajak Jeihan Angga dan Iqbal Ariefurrahman sebagai ahli di bidang film sebagai narasumber
6. Mengajak Direktorat Sosialisasi dan Kampanye Anti Korupsi KPK sebagai narasumber
7. Rangkaian event yang bersifat *experiential*, dengan adanya:
 - **Jelajah Lorong** di mana peserta akan diajak untuk memasuki lorong yang terhubung dengan *venue* acara. Peserta akan menjawab 3 pertanyaan mengenai perilaku koruptif yang pernah atau tidak pernah dilakukan. Pertanyaan tersebut akan digunakan sebagai *proxy* untuk melihat apakah peserta yang mengikuti acara pernah melakukan tindak koruptif dalam keseharian.
 - **FGD Ular Berbisa**, yaitu *Focus Group Discussion* secara tertulis di mana peserta dapat menuliskan 3 hal sesuai dengan badan ular di kertas. 3 hal tersebut terdiri dari bisa ular untuk bahaya tindak korupsi, badan ular yaitu tindak korupsi seperti apa yang diceritakan dalam film dan ekor ular untuk menjelaskan resolusi dari film yang menceritakan tentang tindak korupsi tersebut. Setiap peserta akan dibagi menjadi beberapa kelompok dan masing masing kelompok memiliki film yang berbeda sesuai 3 film

sudah ditayangkan untuk dianalisis dalam FGD ular berbisa

- **Seribu Daun**, yaitu peserta dapat menuliskan pesan moral dalam film yang sudah ditayangkan ke dalam *sticky notes* berbentuk daun. Setiap peserta akan memiliki 3 *sticky notes* dengan 3 warna yang berbeda sebagai penanda film mana yang mereka tuliskan pesan moralnya. Kemudian *sticky notes* tersebut dapat digantungkan ke pohon *artificial* yang sudah tersedia saat menuju jalan keluar *venue*.

8. *Event* utama yang bersifat penyampaian pesan dengan komunikasi massa, yaitu pertunjukan monolog, *screening film* dan *talkshow* bersama 3 narasumber ahli
9. Mempromosikan acara melalui *adlibs* radio, media sosial serta portal berita yang menjadi media partner

Dalam menjalankan taktik di atas, peran *project leader* adalah sebagai koordinator antar anggota dalam menjalankan setiap taktik tersebut dan menjadi penghubung antara pihak ACFFEST SinemAksi 2024 dengan tim maupun pihak internal kampus dalam menyampaikan *progress* atau informasi berkaitan dengan taktik yang sudah dilaksanakan. Selain itu, *project leader* bertugas untuk memastikan setiap taktik yang dilakukan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan dan sesuai dengan *timeline*.

1.7. Pembagian Tugas

a. **Project Leader** : **Ainan Fauziyah Husodo**

- i. Bertanggung jawab atas seluruh kelancaran kegiatan acara
- ii. Bertanggung jawab atas kebutuhan seluruh acara yang berlangsung

- iii. Bertanggung jawab untuk mengatur dan mengarahkan panitia yang terlibat dalam acara, termasuk memastikan setiap orang memahami peran dan tanggung jawabnya

1.8. Timeline

Timeline berikut ini berfungsi untuk *tracking* atau melihat perkembangan *progress* dari kegiatan yang dijalankan oleh tim

Tabel 1. 2 Timeline Kegiatan

Kegiatan	Jun				Jul				Agt				Sep				Okt				Nov			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyusunan proposal																								
Pembuatan & aktivasi media sosial																								
Produksi & publikasi konten media sosial																								
Audiensi dengan Dinas Pendidikan Kota Semarang																								
Pencarian Media & Community Partner																								
Roadshow ke SMP dan SMA di Kota Semarang																								

1.9. Budgeting

Budgeting dalam *event* merupakan hal yang krusial, karena tanpa adanya rincian biaya, maka *event* tidak dapat berjalan. Hal tersebut didukung oleh *Event management International Competency Standard* (EMICS) menyebutkan bahwa salah satu komponen dalam *event* berdasarkan kebutuhan kompetensinya adalah *financial management* (Bowdin et al., 2023). Oleh karena itu, *project leader* bertugas menjadi pengawas alokasi *budget* yang dikelola dan diatur oleh *finance*. Sehingga penting bagi *project leader* untuk mengetahui rincian alokasi pengeluaran dari pemasukan yang telah ditetapkan oleh pihak GIZ CPFS bersama KPK RI dalam rangka ACFFEST SinemAksi 2024.

Tabel 1. 3. Rancangan Anggaran Besar

NO.	KETERANGAN	KUANTITAS	BIAYA SATUAN	TOTAL BIAYA
PEMASUKAN				
1.	KPK		Rp30.000.000	Rp30.000.000
TOTAL				Rp30.000.000
PENGELUARAN				
ROADSHOW				
1.	Poster	25	Rp5.000	Rp125.000
2.	Hadiah Peserta	18	Rp20.000	Rp360.000
3.	Print Surat	30	Rp500	Rp15.000
4.	Amplop Surat	15	Rp1.000	Rp15.000
5.	Print Proposal	15	Rp65.000	Rp975.000
6.	Honor Pemateri Roadshow	4	Rp75.000	Rp300.000
SCREENING FILM				
1.	MC	2	Rp250.000	Rp500.000
2.	Moderator	1	Rp500.000	Rp500.000
3.	Honor Narasumber 1: Iqbal Ariefurrahman	1	Rp1.000.000	Rp1.000.000
4.	Transportasi Narasumber 1: Kereta Pulang	1	Rp435.470	Rp435.470
	Transportasi Narasumber 1: Travel Berangkat	1	Rp80.900	Rp80.900

	Hotel Narasumber 1: Plaza Hotel	1	Rp316.303	Rp316.303
6.	Konsumsi Narasumber 1: Makan Malam	1	Rp20.000	Rp20.000
7.	Honor Narasumber 2: Jeihan Angga	1	Rp2.000.000	Rp2.000.000
8.	Transportasi Narasumber 2: Tiket Travel Pulang-Pergi	2	Rp80.900	Rp161.800
9.	Supir Mobil	1	Rp350.000	Rp350.000
10.	Monolog: UKM Teater Diponegoro	1	Rp100.000	Rp100.000
11.	X Banner, MMT			Rp350.000
12.	Ads Instagram		Rp300.000	Rp300.000
13.	Media Partner	3	Rp0	Rp0
15.	Properti Pohon	5		Rp355.000
16.	Dekorasi Jelajah Lorong		Rp3.600.000	Rp3.600.000
19.	Sewa Gedung: Aula Seoekarno BBPMP Jawa Tengah		Rp3.500.000	Rp3.500.000
20.	Pena Peserta	25 pack		Rp148.309
21.	Sticky Notes	15		Rp67.200
22.	Tali	2 pack	Rp4.000	Rp8.000
23.	Print A3	25	Rp5.000	Rp125.000
24.	Plakat Narasumber	3	Rp100.000	Rp300.000
25.	ID Card Panitia	22	Rp5.000	Rp110.000
26.	Hand-Talking		Rp200.000	Rp200.000
28.	Sedotan	2 pack	Rp5.000	Rp10.000
29.	Kantong Serut	250		Rp110.677
30.	Kertas Hitam	20	Rp1.500	Rp30.000
31.	Honor Panitia Eksternal	16	Rp50.000	Rp800.000
32.	Snack Peserta	300	Rp7.000	Rp2.100.000
33.	Snack MC, Moderator, dan Monolog	4	Rp7.000	Rp28.000
34.	Snack Tamu Undangan	7	Rp7.000	Rp49.000

35.	Snack Petugas Kebersihan & Satpam	5	Rp7.000	Rp35.000
36.	Snack Narasumber	3	Rp7.000	Rp21.000
37.	Snack Pendamping KPK	1	Rp7.000	Rp7.000
38.	Makan Siang Narasumber	3	Rp30.000	Rp90.000
39.	Makan Siang Pendamping KPK	1	Rp30.000	Rp30.000
40.	Makan Siang Tamu Undangan	7	Rp30.000	Rp210.000
41.	Makan Siang MC dan Moderator	3	Rp30.000	Rp90.000
42.	Makan Siang Sponsor	4	Rp30.000	Rp120.000
43.	Makan Siang Panitia	22	Rp15.000	Rp330.000
44.	Makan Siang Supir Mobil	1	Rp15.000	Rp15.000
45.	Aqua Dus	3	Rp25.000	Rp75.000
TOTAL				Rp20.468.659
Dana Darurat (10%)				Rp2.046.866
GRAND TOTAL				Rp22.515.525

1.10. Evaluasi

1.10.1. Aspek Evaluasi

Pengukuran performa tim dipegang oleh *project leader* sebagai pemimpin dari tim yang memegang kontrol atas kinerja tim demi mencapai *goals* dan *objective* bersama. Peran kontrol sosial dan teknis ketika mengelola *project team* sangat penting untuk mengukur performa tim (Pavez et al., 2022). Untuk itu, aspek evaluasi bagi *project leader* adalah kesesuaian *timeline* dengan ketercapaian *key performance index* (KPI) *project*, berikut ini:

1.10.1.1. Key Performance Index (KPI)

Tabel 1. 4 Key Performance Index

No.	Aspek Evaluasi	Output Diharapkan	Teknik Evaluasi	Waktu Evaluasi
1.	Tingkat Pemahaman siswa SMP-SMA di Kota Semarang mengenai korupsi	Dari 54% menjadi lebih dari 59,1%	Melakukan observasi perilaku peserta melalui riset dalam bentuk <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> , serta dalam rangkaian acara Jelajah Lorong, FGD dan Seribu Daun	Hari H <i>Main Event</i> dan Pasca <i>Main Event</i>
2.	Tingkat sikap integritas siswa SMP-SMA di Kota Semarang	Dari 49% menjadi di atas 59,1%		
3.	Jumlah peserta <i>main event</i> Gemakan Aksi	250 peserta terdiri dari siswa SMP dan SMA di Kota Semarang	Melakukan pengecekan melalui daftar registrasi peserta dan daftar hadir	Sebelum dan Hari H <i>Main Event</i>
4.	Jumlah narasumber ahli, terdiri dari ahli di bidang film dan anti korupsi	2 narasumber ahli bidang film dan 1 narasumber ahli di bidang kampanye anti korupsi	Melakukan pengecekan melalui penandatanganan kesepakatan MoU	Sebelum <i>Main Event</i>
5.	Jumlah sekolah yang dikunjungi untuk <i>roadshow</i>	6 sekolah terdiri dari SMP dan SMA di Kota Semarang	Membuat daftar sekolah yang dikunjungi untuk <i>roadshow</i>	Pasca <i>roadshow</i>

6.	Kerja sama <i>media partner</i>	3 media	Melakukan pengecekan kesepakatan MoU	Sebelum <i>Main Event</i>
7.	Kerja sama dengan pemerintah setempat	Dinas Pendidikan Jawa Tengah dan Dinas Pendidikan Kota Semarang	Melakukan pengecekan surat delegasi dari Dinas Pendidikan Jawa Tengah dan Kota Semarang	Sebelum <i>Main Event</i>
8.	Jumlah konten publikasi	8 <i>feeds</i> , 7 <i>story</i> , dan 8 <i>reels</i>	Observasi melalui status publikasi pada <i>timeline</i> konten	1 minggu setelah acara berakhir
9.	Tingkat rerata <i>engagement rate</i>	12%	Mengukur tingkat <i>engagement</i> di media sosial	1 minggu setelah acara berakhir
10.	Penggunaan Dana selama Project	Kurang dari Rp.30.000.000 dengan pengumpulan Laporan Pertanggungjawaban di akhir Oktober	Penghitungan akhir penggunaan dana pada saat penyusunan Laporan Pertanggungjawab an	1 minggu setelah acara berakhir