

EFEKTIFITAS STRATEGI KOMUNIKASI PENDIDIKAN DAN BUDAYA ANTI KORUPSI PADA DIREKTORAT OPERASI SUMBER DAYA, DITJEN SDPPI KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

THE EFFECTIVENESS OF THE COMMUNICATION STRATEGY OF EDUCATION AND CULTURE OF ANTI-CORRUPTION AT DIRECTORATE OPERATIONS OF RESOURCE, DITJEN SDPPI, MINISTRY OF COMMUNICATION AND INFORMATION

Rizka Luthfitasari¹, Rah Utami Nugrahani²

¹Mahasiswa Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom

²Dosen Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom

¹rizka.luthfitasari@gmail.com,²hanitami@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektifitas strategi komunikasi pendidikan dan budaya anti korupsi pada Direktorat Operasi Sumber Daya, Ditjen SDPPI, Kementerian Kominfo. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis berapa besar efektifitas dari strategi komunikasi pendidikan dan budaya anti korupsi pada Direktorat Operasi Sumber Daya, Ditjen SDPPI, Kementerian Kominfo.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner sebagai sumber data utama dengan didukung oleh observasi dan pustaka. Pengambilan sampel menggunakan populasi dikarenakan seluruh populasi dapat dijangkau seluruhnya yaitu sebanyak 128 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap lima dimensi pada variabel strategi komunikasi didapatkan nilai yaitu dimensi merumuskan tujuan kegiatan (84,883%), dimensi menetapkan dan mengenal target sasaran (81,927%), dimensi design pesan (79,844%), dimensi metode penyampaian (85,104%) dan dimensi penetapan media (76,563%). Hasil terendah berada pada dimensi penetapan media, dengan presentase efektifitas 76,563% dengan indikator yang terdiri dari indikator biaya saluran komunikasi (77,969%), indikator dampak media komunikasi (75,781%), indikator media sesuai dengan tujuan komunikasi dan target sasaran (76,563%), indikator media sesuai dengan isi pesan (76,094%), dan indikator media sesuai dengan ketersediaan dana dan mudah dioperasikan (76,406%), hasil terendah dari sub indikator tersebut berada pada dampak media komunikasi yaitu 75,781%.

Kesimpulan penelitian ini, nilai terendah berada pada dimensi penetapan media dimana posisinya berada di atas 68% (diatas zona netral atau telah memasuki zona setuju) sehingga dapat dinilai bahwa seluruh indikator tersebut telah dinilai efektif oleh sebagian besar reponden.

Kata Kunci : Komunikasi, Strategi Komunikasi

Abstract

This study was conducted to determine the effectiveness of the communication strategy of education and culture of anti-corruption at Directorate Operations of Resource, Ditjen SDPPI, Ministry of Communication and Information. The purpose of this study was to investigate and analyze how much the effectiveness of the communication strategy of education and culture of anti-corruption Resource Operations Directorate, DG SDPPI, Ministry of Communications.

This study uses a quantitative method by distributing questionnaires as the primary data source supported by observation and literature. Sampling using the entire population because the population could reach as many as 128 respondents altogether. Analysis of the data used is descriptive analysis.

Based on the results of descriptive analysis of the five dimensions in the variable communication strategy obtained the value of the dimensions set goals activities (84.883%), they define and recognize the target (81.927%), dimensional design of the message (79.844%), the dimensions of delivery methods

(85.104%) and the dimensions of the media establishment (76.563%). Lowest yield was on the dimensions determination of the media, with a percentage of the effectiveness of 76.563% with an indicator comprising indicators of the cost of communication channels (77.969%), an indicator of the impact of communication media (75.781%), the indicator media in accordance with the purpose of communication and the target (76.563%), media indicators in accordance with the content of the message (76.094%), and the media indicators according to the availability of funds and easy to operate (76.406%), the lowest result of the sub-indicators are located on the impact of the communication media that is 75.781%.

The conclusion of this study, the lowest values are in the dimension of the media establishment where the position is above 68% (above the neutral zone or have entered the zone agree) so it can be judged that all indicators have been considered effective by most respondents.

Keywords : Communication, Communication Strategies

1. Pendahuluan

Pemberantasan Korupsi menjadi fokus utama pemerintah di era reformasi. Salah satu upaya pemerintah untuk memberantas dan mencegah tindakan korupsi yakni membentuk Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2012 tentang Strategi Nasional Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi (Starnas PPK) Jangka Panjang Tahun 2012 – 2025 dan Jangka menengah Tahun 2012 – 2014, dimana salah satu pertimbangan peraturan tersebut dibentuk adalah sebagai acuan langkah – langkah strategis Kementerian/Lembaga dan Pemerintah Daerah untuk memastikan terwujudnya penyelenggaraan pemerintahan yang bersih dan bebas dari praktik korupsi. Untuk itu melalui Instruksi Presiden Nomor 1 Tahun 2013 Tentang Aksi Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi Tahun 2013, Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mengemban tugas untuk melaksanakan salah satu aksi Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi (Aksi PPK) yaitu Strategi Pendidikan dan Budaya Anti Korupsi.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kementerian Kominfo) secara internal menetapkan Direktorat Operasi Sumber Ditjen SDPPI sebagai lokus Strategi Komunikasi Pendidikan dan Budaya Anti Korupsi karena merupakan unit kerja yang memberikan layanan langsung kepada publik untuk proses perijinan Spektrum Frekuensi Radio (SFR) dan Sertifikasi Operator Radio (SOR). Diharapkan aktifitas strategi komunikasi tersebut berhasil dan nilai-nilai anti korupsi dapat tertanam dibenak setiap pegawai Direktorat Operasi Sumber Daya.

Penelitian ini mengkaji seberapa besar tingkat efektifitas strategi komunikasi pendidikan dan budaya anti korupsi yang dilaksanakan oleh Direktorat Operasi Sumber Daya yang dikaji sesuai dengan prinsip-prinsip strategi komunikasi, dimana menurut Pace,dkk (1979) dalam modul Badan Pengawas Obat dan Makanan (2012:3-4) prinsip-prinsip strategi komunikasi adalah merumuskan tujuan, menetapkan dan mengenal target sasaran, mendesain pesan, menetapkan metoda dan menetapkan media.

2. Tinjauan Teori

2.1 Pengertian Komunikasi

Menurut Terence A. Shimp (2003: 162-163) Komunikasi berasal dari kata dalam bahasa latin yaitu *communis* yang berarti “sama” dan dalam bahasa inggris: *common*. Komunikasi kemudian dapat dianggap sebagai proses menciptakan suatu kesamaan (*commonness*) atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim dengan penerima. Seluruh aktivitas komunikasi melibatkan delapan elemen komunikasi, yaitu : sumber, penerjemahan, pesan, saluran, penerima, interpretasi, gangguan dan umpan balik. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi akan tercipta apabila terjadi kesamaan pemikiran antara pengirim dan penerima. Agar kesamaan pemikiran lebih efektif antara pengirim dan penerima, dalam menyampaikan pesan diperlukan saluran penyampaian pesan (*message*

channel) yang berarti suatu saluran yang dilalui pesan dari pihak pengirim untuk disampaikan kepada pihak penerima.

Menurut Rd. Soemanagara (2006b:5) tujuan komunikasi secara umum adalah untuk mencapai sejumlah perubahan, seperti : perubahan pengetahuan (*knowledge change*), perubahan sikap (*attitude change*), perubahan perilaku (*behavior change*), dan perubahan masyarakat (*social change*). Untuk mencapai hal tersebut, maka dibutuhkan komunikasi pemasaran terpadu.

2.2. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003:301).

Menurut jurnal internasional *Study of the Communication Strategies Used by Malaysian ESL Students at Tertiary Level* (Ugla, R.Latif. etc : 2012) mengatakan bahwa:

- a. Bagian pertama dari strategi komunikasi adalah keyakinan bahwa sangat penting mencoba untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk dalam mengejar tujuan kebijakan.
- b. Strategi komunikasi seharusnya tidak dianggap hanya sebagai alat untuk melawan ekstremisme kekerasan, tetapi sebagai bagian penting dari upaya pemerintah untuk berbicara dengan, mendengarkan, terlibat dengan dan menunjukkan itikad baik untuk semua orang di dunia.
- c. Menginformasikan mempengaruhi dan membujuk untuk mendukung kebijakan nasional membutuhkan baik bahwa tujuan kebijakan jelas, dan bahwa hal itu menjadi jelas bagaimana satu set tertentu dari sikap penonton, perilaku atau persepsi akan mendukung tujuan tersebut.

Menurut Pace, dkk (1979) dalam modul Badan Pengawas Obat dan Makanan (2012 : 3 – 4), terdapat prinsip - prinsip strategi komunikasi yang terdiri dari beberapa kegiatan sebagai berikut :

a. Merumuskan tujuan :

Langkah pertama yang harus dilakukan dalam merancang kegiatan komunikasi adalah mengidentifikasi masalah, data dan fakta. Langkah ini menghasilkan rumusan tujuan kegiatan yang memuat informasi :

- 1) Siapa sasaran komunikasi;
- 2) Perubahan perilaku yang diharapkan terjadi;
- 3) Kualitas perubahan;
- 4) Lokasi perubahan.

b. Menetapkan dan mengenal target sasaran :

Target sasaran dalam proses komunikasi adalah penerima pesan, dengan mengetahui target sasaran dapat disusun strategi komunikasi yang hendak dilakukan terkait dengan isi pesan, penentuan metode komunikasi dan pemilihan saluran pesan yang sesuai dengan isi pesan. Pengenalan target sasaran akan tergantung pada tujuan komunikasi yang hendak dicapai, apakah sekedar membuat target mengetahui tentang sesuatu yang akan disampaikan atau dimaksudkan agar target melakukan tindakan tertentu sesuai pesan yang disampaikan padanya.

c. Mendisain Pesan

Disamping mengenal penerima komunikasi dengan baik, komunikator perlu mendisain pesan yang akan disampaikan sehingga mampu membangkitkan minat dan perhatian penerima terhadap pesan yang disampaikan.

Ada empat syarat yang harus dipenuhi agar pesan yang disampaikan dapat diterima, yaitu :

- 1) Pesan disusun, direncanakan dan disampaikan secara menarik. Ketrampilan komunikator (sumber komunikasi) dalam merencanakan dan mengemas pesan sehingga menarik perhatian sangat diperlukan.
- 2) Pesan harus menggunakan simbol-simbol yang di dasarkan pada kesamaan pengalaman antara sumber dan penerima pesan dalam memahami simbol-simbol tersebut.
- 3) Pesan harus dapat membangkitkan kebutuhan pribadi penerima pesan dan mampu memberi saran tentang cara untuk mencapai kebutuhan dari pesan yang disampaikan.
- 4) Pesan harus dapat memberikan alternatif bagi penerima untuk memenuhi kebutuhan akan informasi secara layak, baik untuk kepentingan individu maupun kelompok.

d. Menetapkan Metoda

Metoda komunikasi dapat dibagi dua yaitu ;

- 1) Menurut cara pelaksanaannya
 - a) Metoda *redudancy* :
Cara mempengaruhi target sasaran dengan jalan mengulang-ulang pesan yang sama. Penyampaian pesan dilakukan secara kontinyu, tidak hanya sekali atau dua kali aja. Cara penyampaian pesan sebaiknya menarik agar tidak membosankan. Keuntungan penyampaian pesan berulang-ulang antara lain target sasaran akan lebih memperhatikan pesan, tidak mudah lupa dan sumber dapat memperbaiki diri dalam cara penyampaian pesan.
 - b) Metoda *canalizing* :
Cara mengubah pengetahuan, pemikiran, pendapat dan sikap mental target sasaran ke arah yang dikehendaki secara perlahan-lahan karena pada dasarnya pengetahuan, pemikiran, pendapat dan sikap seseorang dipengaruhi oleh kerangka referensi dan pengalaman yang telah mengkristal selama bertahun-tahun.
- 2) Menurut bentuk isi pesannya
 - 1) Informatif :
Kegiatan mempengaruhi target sasaran melalui kegiatan penerangan. Penerangan adalah menyampaikan sesuatu apa adanya berdasarkan fakta dan data-data yang benar. Penerangan dilakukan untuk mengisi pengetahuan target sasaran tentang sesuatu yang belum diketahui tanpa upaya mempengaruhi persepsinya, misalnya siaran berita di radio & TV.
 - 2) Persuasif :
Metode komunikasi yang difokuskan pada perubahan kesadaran atau sikap mental seseorang. Pada metoda informatif pengetahuan target sasaran yang ingin diubah sedang

pada metoda persuasif yang lebih difokuskan adalah pada target sasaran yang telah tersugesti terlebih dahulu tentang sesuatu inovasi yang akan disampaikan.

3) Edukatif :

Metoda komunikasi yang bertujuan mengubah perilaku target sasaran secara sengaja, teratur dan terencana. Isi komunikasi dengan metoda edukatif adalah berupa pendapat, fakta, data dan pengalaman seseorang yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

4) Kursif :

Metoda komunikasi yang mempengaruhi target sasaran dengan cara memaksa. Pesan yang disampaikan biasanya berisi pendapat dan ancaman, misalnya peraturan-peraturan, perintah dan intimidasi.

e. Menseleksi dan Menetapkan Media

Beberapa hal yang perlu dijawab sehubungan dengan kegiatan penseleksian media komunikasi antara lain adalah :

- 1) Saluran komunikasi mana yang paling banyak penerimanya tetapi murah biayanya.
- 2) Saluran komunikasi mana yang paling besar dampaknya.
- 3) Saluran komunikasi mana yang paling cocok dengan tujuan komunikasi dan target sasaran.
- 4) Saluran mana yang paling cocok dengan isi pesan.
- 5) Saluran komunikasi mana yang paling sesuai dengan ketersediaan dana dan kemampuan mengoperasionalkannya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam Sugiyono (2013:35) menyebutkan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.1 Teknik Pengumpulan Data

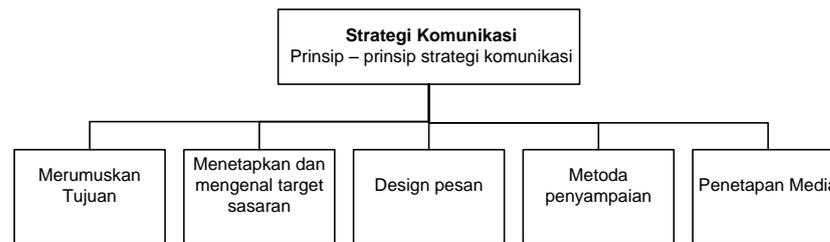
Menurut Sugiyono (2013:375a) “Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, sumber, cara”.

Dalam menentukan efektifitas strategi komunikasi pendidikan dan budaya anti korupsi di Direktorat Operasi Sumber Daya Ditjen SDPPI Kementerian Kominfo, peneliti memilih untuk menggunakan dua (dua) teknik pengumpulan data, yaitu penyebaran kuesioner dengan didukung oleh observasi.

3.1.1 Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner, sebagaimana didefinisikan oleh Malhotra (2009:325) sebagai “Teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan, tertulis atau verbal, yang dijawab responden”.

Berikut adalah skema variable operasional kuesioner efektifitas strategi komunikasi PBAK:



Gambar 3.1 Skema Variabel Operasional Strategi Komunikasi

Sumber : Data primer modifikasi Pace, dkk (1979) dalam modul Badan Pengawas Obat dan Makanan (2012 : 3 – 4)

3.1.2 Observasi

Sanafiah dalam Sugiyono (2013:376) mengklasifikasikan observasi menjadi observasi berpartisipasi (*participant observation*), observasi yang secara terang – terangan dan tersamar (*overt observation* dan *covert observation*), dan observasi yang tidak terstruktur (*unstructured observation*).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi partisipatif dikarenakan peneliti ikut terjun langsung kedalam organisasi tersebut dan menjadi salah satu responden. Hal ini disukung oleh pendapat Sugiyono (2013:378) yang menyatakan bahwa observasi partisipatif adalah jenis observasi dimana peneliti terlibat dengan kegiatan sehari – hari dengan orang yang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian.

2.4. Pembahasan

2.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Setelah melakukan observasi selama satu bulan dengan cara menyebar angket atau kuisisioner kepada 128 responden di sekitar lingkungan Direktorat Operasi Sumber Daya, Ditjen SDPPI. Peneliti melakukan pengolahan data dari jawaban responden, sehingga dapat diketahui tanggapan responden mengenai efektifitas strategi komunikasi pendidikan budaya anti korupsi (PBAK).

- a. Dimensi merumuskan tujuan kegiatan terpusat pada alternatif jawaban “sangat setuju”, dengan presentase keakuratan sebesar 45,3% dengan total frekuensi sebanyak 512. Hasil tersebut menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan alternatif jawaban yang lainnya. Menurut Ibid (48-50) dalam kajiannya menyatakan bahwa perencanaan dan strategi komunikasi diperlukan dalam proses komunikasi agar dapat menciptakan komunikasi yang efektif (Ibid, 48-50).

Pada strategi komunikasi PBAK merumuskan tujuan kegiatan merupakan perencanaan yang paling utama yang harus dilakukan, untuk itu dalam mengukur efektifitas strategi komunikasi PBAK peneliti mendapatkan hasil 45,3% responden menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan dimensi merumuskan tujuan kegiatan sudah terpenuhi dan dapat dikatakan efektif.

- b. Dimensi menetapkan dan mengenal target sasaran terpusat pada alternatif jawaban “sangat setuju”, dengan presentasi keakuratan sebesar 39,2% dengan total frekuensi sebanyak 768. Hasil tersebut menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan alternatif jawaban yang lainnya, sehingga dapat disimpulkan dimensi menetapkan dan mengenal target sasaran sudah terpenuhi.
- c. Dimensi design pesan terpusat pada alternatif jawaban “sangat setuju”, dengan presentase keakuratan sebesar 35,5% dengan total frekuensi sebanyak 512. Hasil tersebut menunjukkan nilai lebih tinggi

dibandingkan dengan alternatif jawaban yang lainnya, sehingga dapat disimpulkan dimensi design pesan sudah terpenuhi dikarenakan sebagian besar responden memilih sangat setuju dengan design pesan strategi komunikasi PBAK.

Hal tersebut didukung dengan teori bahwa komunikasi strategis membentuk makna, membangun sebuah dorongan, menciptakan reputasi dan mengelola hubungan simbolis dengan pemangku kepentingan eksternal dan internal untuk mendukung pertumbuhan organisasi dan kebebasan aman untuk beroperasi (Zerfass, 2004; Gurning, Gurning & Dozier, 2002). Jawaban sangat setuju dari responden dapat diartikan bahwa strategi komunikasi yang dibangun dapat membentuk suatu hubungan untuk mendukung pertumbuhan organisasi melalui simbol-simbol yang digunakan dalam strategi komunikasi PBAK di Direktorat Operasi Sumber Daya, Ditjen SDPPI, Kementerian Koinfo.

- d. Dimensi metode penyampaian terpusat pada alternatif jawaban “sangat setuju”, dengan presentasi keakuratan sebesar 44,5% dengan total frekuensi sebanyak 384. Hasil tersebut menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan alternatif jawaban yang lainnya.

Walter Lippman dalam effendy (2005:11) menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berusaha memilih cara yang tepat agar gambaran dalam benak dan isi kesadaran dari komunikator dapat dimengerti, diterima bahkan dilakukan oleh komunikan. Komunikan dalam hal ini adalah target sasaran strategi komunikasi PBAK yang merupakan responden dari penelitian ini. Sebagian besar responden memilih alternatif jawaban sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden dapat mengerti dan menerima pesan yang disampaikan Direktorat Operasi Sumber Daya melalui media yang tepat, sehingga dapat disimpulkan dimensi metode penyampaian sudah terpenuhi.

- e. Seperti yang telah dikemukakan pada table 4.9 diatas mengenai skor jawaban responden, untuk indikator penetapan media terpusat pada alternatif jawaban “sangat setuju”, yaitu 32,2% dengan total frekuensi sebanyak 206. Sesuai dengan Effendy (1991:68) menjelaskan bahwa proses komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui suatu media yang menimbulkan efek. Dalam penelitian ini, Direktorat Operasi Sumber Daya sebagai komunikator mengkomunikasikan pesanya kepada para pegawai Direktorat Operasi Sumber Daya melalui media-media yang ditetapkan sesuai dengan karakteristik komunikan.

Untuk dimensi penetapan media, dapat disimpulkan berhasil dikarenakan sebagian besar responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, dengan demikian dapat media yang digunakan berhasil menimbulkan efek sesuai dengan yang diharapkan.

4. Kesimpulan

Untuk mengukur tingkat efektifitas strategi komunikasi pendidikan dan budaya anti korupsi, maka dilakukan penilaian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner sebagai sumber data utama dengan didukung oleh observasi dan pustaka. Hasil penilaian tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Dari hasil analisis deskriptif terhadap 5 (lima) dimensi pada variabel strategi komunikasi didapatkan nilai yaitu dimensi merumuskan tujuan kegiatan (84,883%), dimensi menetapkan dan mengenal target sasaran (81,927%), dimensi design pesan (79,844%), dimensi metode penyampaian (85,104%) dan dimensi penetapan media (76,563%). Hasil terendah berada pada dimensi penetapan media, dengan

presentase efektifitas (76,563%) dengan indikator yang terdiri dari indikator biaya saluran komunikasi (77,969%), indikator dampak media komunikasi (75,781%), indikator media sesuai dengan tujuan komunikasi dan target sasaran (76,563%), indikator media sesuai dengan isi pesan (76,094%), dan indikator media sesuai dengan ketersediaan dana dan mudah dioperasikan (76,406%), hasil terendah dari indikator tersebut berada pada indikator dampak media komunikasi yaitu 75,781%.

- b. Apabila kita melihat pada nilai batas minimal, nilai terendah ini di atas 68% (diatas zona netral atau telah memasuki zona setuju) sehingga yang dapat disimpulkan bahwa seluruh dimensi pada variabel strategi komunikasi tersebut telah dinilai efektif oleh sebagian besar responden, namun harus lebih ditingkatkan.
- c. Untuk hasil tertinggi, dari lima dimensi tersebut berada pada dimensi metode penyampaian, dengan presentase efektifitas 85,104% dengan indikator yang terdiri dari indikator redundancy/mengulang pesan (85,313%), indikator canalizing/mengubah pemikiran (84,063%), dan indikator isi pesan (85,938%), hasil tertinggi dari dimensi tersebut berada pada indikator isi pesan yaitu 85,938%. Untuk itu, pencapaian tersebut harus dipertahankan.

Jika kita melihat kembali pencapaian nilai efektifitas dari dimensi-dimensi tersebut khususnya dimensi yang memiliki nilai terendah dan tertinggi, maka strategi komunikasi pendidikan dan budaya anti korupsi di Direktorat Operasi Sumber Daya dinyatakan berhasil dan strategi komunikasi yang digunakan efektif.

Daftar Pustaka

- [1] Effendy, O.U. 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- [2] Soemanagara, Rd. (2008). *Strategic Marketing Communication : Konsep Strategis dan Terapan*, Alfabeta, Bandung, Jawa Barat, Indonesia.
- [3] Sugiyono DR. Prof. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta, Bandung, Jawa Barat, Indonesia.
- [4] Zerfass, Ansgar, & Huck, Simone. (2007). *Innovation, Communication, and Leadership : New Developments in Strategic Communication*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.