

Program Khusus Akademi Anti Korupsi untuk Pemasaran Sosial Anti Korupsi oleh Indonesia Corruption Watch (ICW)

Aditya Hammam Ramdhani

Medium Politik, Banten, Indonesia

adityahammam@mediumpolitik.co.id

ABSTRACT

This study describes the social marketing process of anti-corruption education through the special program of the Anti-Corruption Academy by Indonesia Corruption Watch (ICW). The problem of corruption that occurs massively creates social problems in society, so that preventive action is needed in eradicating corruption, one of which is through anticorruption education. This study discusses the social marketing of the Anti-Corruption Academy using the theory of Philip Kotler and Roberto (1989) in (Hendra, 2017) regarding social marketing products, target audiences, the core elements of social marketing, social marketing processes and evaluation of social marketing programs. The research method used is descriptive qualitative research methods. The results of this study indicate that the anticorruption social marketing process through the Anti-Corruption Academy Special Program by ICW has gone through a series of stages of the social marketing process according to Philip Kotler's theory. This can be seen through the five main components of social marketing.

Keywords: *Social Marketing, Anti-Corruption Academy, Anti-Corruption Education*

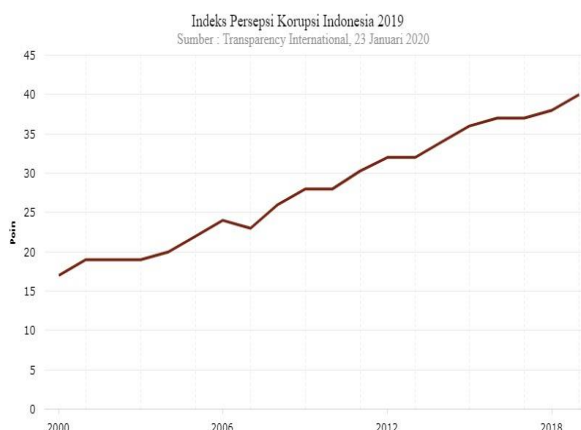
LATAR BELAKANG

Korupsi di Indonesia bukanlah sebuah permasalahan yang baru terjadi, tetapi permasalahan ini sudah terjadi dan berlangsung sejak zaman penjajahan Belanda. Budaya korupsi di Indonesia yang di wariskan oleh colonial Belanda ini kemudian semakin tumbuh subur di tanah Indonesia. Karena sejak era pasca kemerdekaan, Orde baru dan hingga saat ini korupsi masih terjadi di Indonesia. Sehingga korupsi merupakan sebuah bagian yang tak terpisahkan dari sistem pemerintahan di Indonesia. Berbagai macam cara dan upaya telah dilakukan untuk mencegah dan melakukan pemberantasan tindakan korupsi dari masa ke masa.

Pada era reformasi, pemerintah memiliki komitmen dalam pemberantasan korupsi yang di manifestasikan melalui ketetapan MPR No. XI/MPR/1998 tentang Penyelenggaraan Negara yang Bersih dan Bebas Kolusi, Korupsi dan Nepotisme (KKN). Selain itu, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) menetapkan Undang-Undang No. 31 tahun 1999 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi. Kemudian, sebagai upaya untuk mewujudkan Negara hukum yang lebih adil, demokratis dan terbebas dari praktik korupsi pemerintah membuat lembaga independen yang bertujuan memberantas & mengawasi kasus-kasus korupsi yaitu

Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) berdiri pada tahun 2003. Selanjutnya, diatur dalam UU. 30 Tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, KPK memiliki tugas yaitu melakukan koordinasi dan supervisi dengan instansi terkait pemberantasan korupsi, melakukan penyidikan, melakukan tindakan pencegahan dan monitor terhadap penyelenggara Negara.

Gambar 1
Indeks Persepsi Korupsi Indonesia 2000-2018

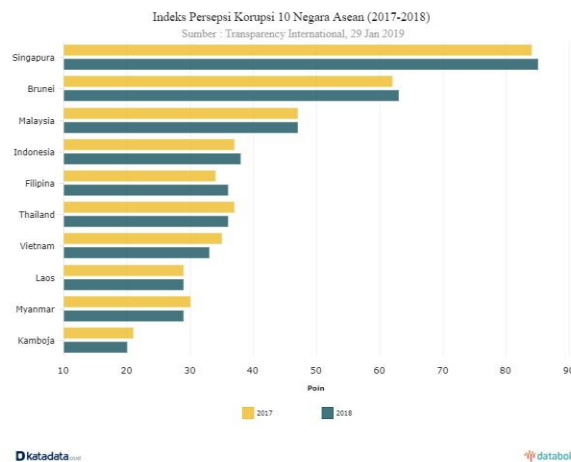


Sumber: Transparency International, 2019

Gambar tersebut menjelaskan bahwa indeks persepsi korupsi menjadi gambaran bahwa suap dan korupsi politik masih menjadi bagian tak terpisahkan dalam sistem kekuasaan di Indonesia. Sejak pasca era Orde Baru hingga reformasi menunjukkan bahwa Indeks Persepsi Korupsi Indonesia cenderung stagnan bahkan meningkat di setiap tahunnya. Itu artinya, korupsi politik masih hidup dan melekat, bahkan pada tahun 2019 indeks persepsi korupsi menunjukkan angka 40 poin yang naik 2 poin dari tahun sebelumnya. Hal tersebut menurut asumsi Transparency

International disebabkan karena Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) yang dilemahkan kemandirian dan keefektifannya oleh pemerintah Indonesia (Katadata,2019).

Gambar 2
Indeks Persepsi 10 Negara ASEAN (2017-2018)



Sumber: Katadata, 2019

Gambar tersebut menunjukkan bahwa indeks persepsi korupsi Indonesia cenderung stagnan bahkan meningkat menjadi 38 poin. Jika dibandingkan Negara ASEAN lainnya, Indeks Persepsi Korupsi Indonesia menduduki peringkat ke-4. Sementara Indonesia masih kalah dibandingkan Malaysia, Brunei dan Singapura yang paling bersih dari korupsi di kawasan ASEAN. Hal ini mengindikasikan bahwa masih tingginya angka korupsi di Indonesia dari berbagai sektor baik itu birokrat, politisi, dan swasta (Katadata, 2019).

Dalam upaya pencegahan korupsi, Presiden Jokowi menetapkan Peraturan Presiden No.58 tahun 2018 tentang Strategi Nasional Pencegahan Korupsi (Perpres STRANAS PK). Program ini diketahui telah berlangsung sejak tahun 2019 sampai 2020. Namun, pada regulasi ini Indonesia Corruption Watch (ICW) menilai KPK sebagai lembaga penegak hukum memiliki keterbatasan dikarenakan wewenang dari KPK hanya sebagai pemberi rekomendasi sedangkan eksekutornya tetap pada ranah eksekutif.

Selanjutnya, Indonesia Corruption Watch (ICW) memandang bahwa pemerintah belum serius dalam melaksanakan fungsi pencegahan korupsi, dikarenakan dalam implementasinya tidak berjalan secara komprehensif sehingga tidak menyelesaikan masalah secara fundamental. Regulasi Stranas PK juga tidak mengatur terkait bidang pendidikan anti korupsi sebagai strategi pencegahan korupsi. Hal ini dikarenakan perpres tersebut berfokus pada pencegahan korupsi di sektor perizinan dan tata niaga, keuangan negara, serta penegakan hukum dan reformasi birokrasi sehingga tidak menyinggung aspek pencegahan dalam pendidikan. ICW menilai bahwa pemerintah perlu meninjau kembali Stranas PK yang telah berjalan satu tahun untuk dilakukan evaluasi terkait efektifitas kebijakan ini. (ICW, Lumpuhnya Pemberantasan Korupsi di Tangan Orang "Baik", 2019).

Untuk mengisi kekosongan peran pemerintah dalam aspek pendidikan anti korupsi di Indonesia, pada masa reformasi Mei 1998 salah satu Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)

Indonesia Corruption Watch (ICW) hadir melalui perannya sebagai garda terdepan pengawasan korupsi dan pendidikan anti korupsi di Indonesia. Kelahirannya muncul melalui semangat reformasi sebagai gerbang awal perubahan sosial & politik di Indonesia. Selain itu, Indonesia Corruption Watch (ICW) mengambil peran dan aktor gerakan sosial yang bercita-cita mewujudkan perubahan sosial. Cita-cita atau agenda utamanya yakni bertujuan untuk menghilangkan praktik dan sistem pemerintahan dari nuansa korup.

Upaya yang dilakukan oleh ICW ialah membuat strategi yang dapat menimbulkan kesadaran kolektif untuk melawan korupsi. Pemberantasan korupsi dengan cara pencegahan adalah cara yang murah untuk melawan korupsi dengan upaya mencegah korupsi tidak terjadi di masa depan. Agenda untuk memberantas korupsi tidak akan maksimal apabila pemberantasan korupsi hanya melalui instrument lembaga penegak hukum. Oleh karena itu pentingnya pencegahan korupsi dapat menjadi cara untuk mengurangi tingkat korupsi di Indonesia. Pencegahan korupsi bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti kampanye, edukasi dan propaganda terkait bahaya korupsi dan akibatnya yang kemudian bisa membangun sikap anti korupsi. (Husodo, Indonesia Corruption Watch, 2015)

Dalam melawan korupsi, Indonesia Corruption Watch (ICW) harus menyadari bahwa gerakan dalam melawan korupsi harus dilakukan secara bersama-sama, tidak hanya dengan organisasi masyarakat sipil saja tetapi juga harus menimbulkan kesadaran kolektif untuk bergerak bersama rakyat yang sadar dan berdaya. Dalam upaya untuk melawan korupsi tentu harus dibuat langkah strategis untuk mewujudkan kesadaran kolektif tersebut, dengan mengembangkan akademi anti korupsi. Dalam mengagagas konsep pendidikan anti korupsi, ICW menempatkan agenda kerja anti korupsi pada penguatan melalui berbagai strategi edukasi dengan meluaskan program pendidikan kader anti korupsi melalui SAKTI yakni melalui kegiatan pelatihan secara offline dan mengagas akademi anti korupsi.

Akademi Anti Korupsi merupakan platform belajar dengan basis digital yang mudah diakses oleh semua masyarakat sehingga dapat belajar mengenai korupsi dan cara-cara memerangnya. Akademi anti korupsi dirancang guna mengatasi dua persoalan, yakni daya jangkau serta sumber daya uang melalui e-learning. Sehingga peserta akademi anti korupsi akan lebih luas dibandingkan melalui offline. (Laporan Akhir Tahun Indonesia Corruption Watch 2018).

Koordinator Indonesia Corruption Watch (ICW) Adnan Topan Husodo mengungkapkan bahwa Akademi Anti Korupsi ini merupakan salah satu upaya pihaknya membangun konsep pendidikan pencegahan dan pemberantasan korupsi.

Adnan mengatakan bahwa semua masyarakat dapat mengakses program baru yang memanfaatkan teknologi informasi ini sebagai wadah untuk mencegah korupsi (CNNIndonesia,2018).

Selanjutnya juga, akademi anti korupsi juga turut menjalin kerja sama dengan berbagai institusi dan organisasi civil society yang berkomitmen terhadap agenda anti korupsi. ICW

juga turut mendorong sekolah dan perguruan tinggi untuk terlibat dalam pendidikan anti korupsi dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai universitas. Misalnya menjalin kerjasama dengan LSM Banten Bersih, Ilmu Pemerintahan FISIP UNTIRTA dan Poltekkes Malang sebagai institusi perguruan tinggi. Melalui kerjasama yang dilakukan oleh ICW diharapkan mampu meluaskan ide atau gagasan terkait nilai-nilai anti korupsi.

Akademi Anti Korupsi sudah berjalan sejak tahun 2018 sampai saat ini. Program tersebut merupakan salah satu upaya untuk membangun konsep pendidikan dan pencegahan korupsi. Program Akademi Anti Korupsi bertujuan untuk memberikan gambaran dasar mengenai korupsi serta cara pemberantasannya. Kemudian, berisikan materi yang memberikan pengetahuan dan pemahaman untuk dapat digunakan melawan korupsi.

Pada peluncuran awal Akademi Anti Korupsi terdapat enam mata kuliah yang dapat diakses secara virtual yaitu Pengantar Korupsi untuk Mahasiswa/Dewasa, Pengantar Korupsi untuk Remaja, Pedagogi Kritis & Pendidikan Anti Korupsi, Sosiologi Korupsi, Pengantar Hukum Korupsi, serta Korupsi & Kemiskinan. Sehingga dengan kehadiran program ini mampu menjadi solusi alternatif untuk menerapkan strategi preventif dalam melakukan pencegahan korupsi melalui aspek pendidikan secara komprehensif kepada seluruh lapisan masyarakat (CNNIndonesia, 2018).

Pada program pengantar anti korupsi program umum dan khusus yang diselenggarakan oleh ICW bertujuan memberi gambaran dasar mengenai korupsi serta cara pemberantasannya. Secara umum kuliah pada program khusus menjelaskan mengenai konsep dasar terkait korupsi seperti pengertian, jenis, perspektif, memahami dampak dan upaya melawannya. Selain itu, juga digambarkan lembaga-lembaga pemberantasan korupsi dan tindak pidana korupsi menurut undang-undang. Selanjutnya, manfaat dari mengikuti program ini adalah dapat membangun kepribadian agar tidak berperilaku koruptif, mencegah korupsi dan menguatkan kepekaan terhadap perilaku koruptif. Pada dasarnya tidak ada persyaratan khusus untuk menjadi peserta dalam program ini. Sehingga mampu diakses oleh seluruh lapisan masyarakat dalam belajar konsep dasar terkait korupsi.

STUDI PUSTAKA

Salah satu cara untuk menimbulkan kesadaran kolektif di masyarakat terkait pentingnya persoalan korupsi merupakan langkah awal untuk memberantas perilaku korupsi sebelum langkah-langkah yang lebih sistematis dilakukan. Pemberdayaan masyarakat yang sadar dan memiliki pengetahuan mengenai korupsi merupakan dasar yang dapat memberantas korupsi dengan cara menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Karena itu kunci dari pemberantasan korupsi adalah pemasaran sosial dengan menyebarkan informasi mengenai korupsi kepada masyarakat luas.

Dalam bentuknya yang paling mendasar, pemasaran sosial merupakan menerapkan prinsip yang dilakukan dalam pemasaran dan langkah untuk membuat sebuah perubahan sosial ataupun perbaikan sosial (Lefebvre, 2011:57). Pada dasarnya pemasaran sosial adalah

sebuah strategi atau cara yang biasa dilakukan oleh institusi atau kelompok, terkhusus pemerintah dengan tujuan melakukan perubahan terkait kebiasaan yang dilakukan dari beberapa kelompok sosial. Sebagai contoh, pemasaran sosial yang dilakukan oleh lembaga swadaya masyarakat sebagai gerakan yang aktif melakukan kampanye terkait isu lingkungan, anti korupsi dan perlindungan terhadap Hak Asasi Manusia (HAM). Sehingga, kehadiran lembaga tersebut juga turut berperan dalam kegiatan pemasaran sosial.

Dapat diartikan juga pemasaran sosial sebagai bentuk kampanye sosial dikarenakan dalam implementasinya memakai strategi atau cara kampanye. Bentuk dari produk sosial yang dikampanyekan ialah untuk memecahkan masalah-masalah sosial yang terdapat di dalam masyarakat. Rogers & Storey (dalam Venus, 2004:7) mengartikan bahwa perilaku kampanye adalah rangkaian dari perilaku komunikasi yang dilakukan secara terencana yang bertujuan menimbulkan perubahan tertentu pada banyak orang dan dilakukan secara terus menerus pada kurun waktu tertentu (Wahyuni, 2016:6).

Dalam jurnalnya *Social Marketing: An Approach to Planned Social Change*, Philip Kotler & Gerald Zaltman mengemukakan bahwa:

“Social marketing is the design, implementation, and control of programs calculated to influence the acceptability of social ideas, and involving considerations of product planning, pricing, communication, distribution & marketing research”.

Sehingga dapat diartikan bahwa pemasaran sosial merupakan proses rancangan, implementasi dan pengawasan program sebagai upaya peningkatan perilaku dari gagasan sosial kepada suatu kelompok sasaran (Kotler & Zaltman, 1971).

Kotler & Alan, 1995 mengemukakan bahwa terdapat lima komponen utama dalam pemasaran sosial yaitu (a) produk pemasaran sosial, (b) target adopter atau khalayak sasaran, (c) elemen inti pemasaran sosial, (d) proses pemasaran sosial dan (e) evaluasi program pemasaran sosial. Kelima komponen ini yang kemudian menjadi pisau analisa dalam penelitian ini.

METODE

Metode penelitian yang digunakan kualitatif, dimana metode ini mendeskripsikan secara mendalam. Dalam penelitian ini metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati Bogdan dan Taylor, (dalam Moleong, 2009:4). Untuk dapat memecahkan permasalahan yang menjadi fokus utama kajian penelitian ini maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Azwar penelitian deskriptif dalam melakukan analisis hanya sampai pada taraf diskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan (Hasan, 2002: 22)

Sumber data yang akan dianalisis secara kualitatif dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, dengan memperoleh data melalui penelusuran studi literature dan melakukan wawancara secara daring dengan pihak yang bersangkutan dalam penelitian. Data sekunder ialah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, misalnya dari publikasi lainnya (Marsuki, 1995:88). Sehingga sumber data dalam penelitian ini ialah berasal dari wawancara narasumber serta buku, jurnal penelitian, surat kabar dan portal media online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menganalisa pemasaran sosial pendidikan anti korupsi yang dilakukan oleh Indonesia Corruption Watch (ICW) melalui Akademi Anti Korupsi, penulis menggunakan 5 komponen pemasaran sosial Robert & Kotler sebagai berikut:

Produk Pemasaran Sosial Akademi Anti Korupsi

a. Gagasan

Dalam atribut gagasan atau ideas menurut Kotler & Roberto (1989) merupakan sebuah konsep yang lahir atas kondisi sosial atau permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat. Maka dalam hal ini kondisi sosial yang terjadi di tengah masyarakat adalah maraknya kasus korupsi yang terjadi mulai dari tingkatan tertinggi hingga terendah. Sehingga pentingnya tindakan preventif atau pencegahan yaitu melalui pendidikan anti korupsi, secara khusus yang dilakukan oleh Indonesia Corruption Watch (ICW) melalui Akademi Anti Korupsi.

Gagasan atau idea didefinisikan oleh Robert & Kotler sebagai produk yang akan "dijual", ditawarkan kepada khalayak luas, dan dapat memenuhi keinginan. Sehingga dalam hal ini bentuk dari produk sosial Akademi Anti Korupsi yang dikampanyekan adalah untuk memecahkan masalah-masalah sosial yang terdapat di dalam masyarakat yaitu korupsi, melalui strategi pencegahan korupsi dengan metode pendidikan anti korupsi yang dilakukan.

Selanjutnya, gagasan atau ide tersebut akan membentuk tiga aspek yaitu kepercayaan (belief), sikap (attitude) dan nilai (value) berdasarkan teori Kotler dan Roberto (1989). Ketiga aspek tersebut diartikan sebagai output yang dihasilkan oleh gagasan dari produk pemasaran sosial anti korupsi melalui Akademi Anti Korupsi oleh Indonesia Corruption Watch (ICW). Aspek tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Kepercayaan (belief)

Dalam menanamkan kepercayaan kepada khalayak mengenai platform pendidikan anti korupsi yang dilaksanakan, pada proses penggagasan awal Akademi Anti Korupsi berupaya untuk melakukan pemasaran dengan melakukan launching sebagai proses pengenalan dan tahapan awal dalam proses pemasaran sosial. Kemudian berbagai bentuk pemasaran sosial dilakukan agar ide atau gagasan pendidikan anti korupsi mampu diterima oleh berbagai pihak.

Selanjutnya, upaya penanaman kepercayaan kepada instansi dalam proses kerjasama dengan Akademi Anti Korupsi juga melalui promosi yang dilakukan di media sosial lalu dikombinasikan dengan metode canvassing dengan mendatangi beberapa lembaga yang dianggap punya kepentingan dengan pembelajaran anti korupsi misalnya kampus, sekolah, sektor swasta dan pemerintah.

2. Sikap (attitude)

Akademi Anti Korupsi sebagai penyelenggara pendidikan anti korupsi dapat menjadi sebuah alat untuk dapat meningkatkan kemampuan peserta didik dalam menganalisis dan menemukan persoalan-persoalan yang dapat menyebabkan timbulnya tindakan korup antara lain dampak, pencegahan dan penyelesaian korupsi. Hal tersebut juga berimplikasi kepada sikap peserta setelah mengakses Akademi Anti Korupsi sebagai wadah pendidikan anti korupsi.

Dengan pengetahuan yang diberikan melalui kuis, ajakan melalui program akademi anti korupsi dan investigasi terkait pengetahuan tentang sebuah kasus korupsi, dapat menjadi faktor dalam perubahan sikap (attitude) Sehingga dengan materi yang didapat tersebut mampu merubah sikap dan perspektif terkait perilaku anti korupsi dan menyadarkan peserta terkait perilaku korupsi yang dapat dilakukan di berbagai sektor dan oleh siapa saja.

3. Nilai (value)

Akademi Anti Korupsi pada dasarnya tentu menanamkan nilai anti terhadap korupsi di setiap materi yang diajarkan terutama pada segmen program khusus, dengan memberikan pemahaman terkait pentingnya mencegah perilaku korupsi sejak dini dan disertai contoh tindakan korupsi yang terjadi di sekitar. Namun, lebih dari itu Akademi Anti Korupsi tidak hanya berfokus soal aspek pengetahuan melainkan juga mengasah aspek psikomotorik dalam mempelajari Akademi Anti Korupsi peserta diarahkan menjadi aktor bahkan pelopor dalam melawan korupsi, misalnya melakukan pengawasan dan membangun integritas, turun kejalan melakukan demonstrasi atau hal lainnya.

Dalam penyerapan nilai anti korupsi tersebut, instansi pendidikan tinggi yang bekerjasama dengan Akademi Anti Korupsi melalui ICW tentu turut melakukan kegiatan yang bertujuan untuk menanamkan nilai-nilai anti korupsi kepada mahasiswa-nya, seperti melakukan tindakan aksi nyata di ruang lingkup akademik dengan menyelenggarakan beberapa kegiatan sehingga pendidikan anti korupsi tidak hanya menjadi mata kuliah semata, misalnya dengan menyelenggarakan kuliah umum terkait Revisi UU KPK.

b. Praktik atau Pelatihan Sosial

Tahapan praktik adalah bentuk yang paling mendasar dalam memulai sebuah pemasaran sosial yang dapat juga disebut sebagai kampanye sosial dalam rangka menyebarluaskan

program Akademi Anti Korupsi. Dari kegiatan praktik pemasaran sosial tersebut, menurut Kotler dan Roberto (1989) akan menghasilkan dua sifat yaitu sebagai berikut:

1. Tindakan (act)

Pada praktiknya, Akademi Anti Korupsi tidak hanya berfokus soal aspek pengetahuan, melainkan juga ingin menumbuhkan sikap dan nilai anti korupsi kepada seluruh pengakses atau peserta. Dalam mempelajari Akademi Anti Korupsi, secara aspek psikomotorik peserta diarahkan menjadi aktor bahkan pelopor dalam melawan korupsi, misalnya melakukan pengawasan dan membangun integritas, turun ke jalan melakukan demonstrasi atau hal lainnya.

Para peserta juga dapat mempraktikkan ide-ide anti korupsi yang telah didapat dalam modul perkuliahan melalui bentuk apapun, seperti tulisan, petisi dan diskusi. Kemudian dari hasil diskusi yang dilakukan oleh peserta dapat diturunkan menjadi suatu aksi kampanye kepada masyarakat, misalnya terkait bahaya korupsi.

Terdapat beberapa instansi yang telah menerapkan bentuk yang nyata dari kampanye sosial Akademi Anti Korupsi pada program khusus. Misalnya, dengan menyelenggarakan kuliah umum terkait Revisi UU KPK yang dilanjutkan dengan penandatanganan petisi penolakan Revisi UU KPK.

2. Perilaku (behaviour)

Untuk mencapai tujuan sosial yang akan dicapai dan diyakini oleh khalayak dalam menyelesaikan permasalahan korupsi di masyarakat tentu turut mencakup perubahan pada perilaku (behavior). Hal tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan metode preventif (pencegahan) korupsi melalui pendidikan anti korupsi yang dilakukan. Sehingga mampu mengubah sikap, dan nilai serta perilaku peserta yang mengaksesnya.

Hal ini ditekankan pada metode gerakan anti korupsi dengan memakai pendekatan multi approach yaitu pendekatan yang beragam baik secara kelembagaan, hukum dan sebagainya. Sehingga, tidak sekedar nilai dan pengetahuan yang ditanamkan, tetapi kajian tentang korupsi dan anti korupsi tersebut mampu menginternal baik secara pengetahuan dan perilaku para peserta yang mengaksesnya.

c. Bentuk yang Nyata (Tangible Object)

Platform Akademi Anti Korupsi sebagai media kampanye sosial anti korupsi secara daring tentunya menggunakan website sebagai penunjang pelaksanaan kampanye sosial. Tampilan web content dari Akademi Anti Korupsi menjadi salah satu aspek yang dilihat dalam tangible object. Langkah pertama yang dilakukan peserta untuk mengakses Akademi Anti Korupsi adalah dengan melakukan login terlebih dahulu untuk masuk ke halaman utama Akademi Anti Korupsi dengan menggunakan user name dan password yang telah dibuat sebelumnya. Pada halaman utama, akan terlampir berbagai menu yang menyajikan pilihan-pilihan mata kuliah. Dengan tampilan yang sederhana dan disertai dengan gambar, peserta dapat dengan

mudah menentukan pilihan mata kuliah sesuai dengan kebutuhannya. Misal, peserta adalah mahasiswa pada perguruan tinggi yang bermitra dengan Akademi Anti Korupsi, maka pilihan menu yang dapat dipilih salah satunya adalah mata kuliah pengantar anti korupsi program khusus yang diperuntukkan bagi mahasiswa.

Setelah masuk ke halaman mata kuliah, atau sebagai contoh disini adalah mata kuliah pengantar anti korupsi program khusus, peserta akan diarahkan untuk masuk ke ruang kelas dengan memasukkan kunci pendaftaran yang diberikan oleh admin (dosen/pengajar) dari masing-masing perguruan tinggi. Pada halaman selanjutnya, akan disuguhkan deskripsi mata kuliah, tujuan perkuliahan, susunan kuliah, dan profil pengajar kuliah. Setelah melewati halaman tersebut, peserta dapat mengakses beberapa modul pembelajaran pada mata kuliah ini. Setiap modul berisikan konten video pembelajaran yang menjelaskan materi perkuliahan, kuis, tugas, dan forum yang harus diselesaikan peserta setelah menerima materi pembelajaran. Apabila peserta mengalami kendala dalam proses pembelajaran anti korupsi, pada bagian bawah di setiap halaman disediakan tiga kontak yang dapat peserta hubungi untuk menginformasikan kendala yang dialami.

Target Adaptor Akademi Anti Korupsi

Akademi Anti Korupsi memiliki jumlah peserta pada kurun waktu 2018-2020 sebanyak 7640 peserta yang terdiri dari laki-laki; 4272 dan perempuan berjumlah; 3357 orang yang telah mengikuti mata kuliah di akademi anti korupsi sedangkan 11 orang tidak mengisi sehingga tidak diketahui jenis kelaminnya.

Selanjutnya, sasaran atau target adopter dari program Akademi Anti Korupsi dibagi berdasarkan status sosial mereka, berdasarkan data yang didapat dari total 7640 peserta. Dari data tersebut terlihat bahwa dunia akademisi mendominasi sebagai peserta dari akademi anti korupsi yang kemudian disusul oleh kalangan aparatur sipil negara menempati posisi kedua peserta terbanyak, kemudian diikuti juga oleh peserta yang berasal dari kalangan masyarakat umum, pelajar, dan terakhir berasal dari kalangan aktivis.

Sehingga merujuk pada data tersebut, sasaran atau target dalam Akademi Anti Korupsi memang ditujukan kepada kalangan Akademisi karena dalam proses pemasarannya cenderung diminati oleh instansi pendidikan tinggi yang memiliki kesamaan bidang dalam penyelenggaraan pendidikan terutama anti korupsi. Selanjutnya, sasaran yang berasal dari kalangan lembaga pemerintah cenderung lebih sedikit.

Elemen Inti Pemasaran Sosial Akademi Anti Korupsi

a. Cause (Alasan/Maksud)

Pertama, dalam penyelenggaraan pendidikan berbasis offline yang telah di gagas sebelumnya melalui SAKTI (Sekolah Anti Korupsi) yang diselenggarakan oleh ICW terdapat keterbatasan Sumber Daya Manusia dalam penyelenggarannya. Hal ini yang menjadi dasar

bagi pihak ICW berupaya membangun sebuah wadah bagi masyarakat untuk mempelajari pendidikan anti korupsi melalui digital.

Kedua, selain persoalan keterbatasan sumber daya manusia dalam penyelenggaraan pendidikan anti korupsi berbasis offline memakan biaya yang sangat besar. Berdasarkan persoalan tersebut ICW menganggap bahwa diperlukannya pembentukan Akademi Anti Korupsi untuk meminimalisir dari segi pendanaan.

Ketiga, penyelenggaraan pendidikan anti korupsi berbasis offline hanya menjangkau sedikit peserta. Sementara pada saat yang sama, pertumbuhan pengguna internet di Indonesia semakin besar dan hampir semua orang termasuk anak-anak muda merupakan pengguna gadget aktif.

b. Change Agent (Agen Perubahan)

Dalam hal ini, agen perubahan dapat diartikan sebagai kelompok yang menginisiasi perubahan sosial pada kampanye perubahan sosial. Pada proses pemasaran sosial ini diinisiasi oleh lembaga Indonesia Corruption Watch (ICW) sebagai organisasi masyarakat sipil yang berfokus terhadap isu-isu korupsi dan anti korupsi di Indonesia.

Sebagai agen perubahan tersebut ICW memiliki visi untuk memperkuat dan memberdayakan masyarakat yang dijalankan melalui misi sebagai centre of excellence, dimana banyak orang dapat belajar anti korupsi di ICW. Sehingga ICW menginisiasi wadah pendidikan anti korupsi berbasis digital yaitu Akademi Anti Korupsi.

c. Sasaran

Dalam pemasaran sosial Akademi Anti Korupsi, yang menjadi target perubahan sosial, secara umum target ataupun sasaran peserta dalam program ini ialah seluruh lapisan masyarakat umum yang bebas mengakses seluruh materi pembelajaran yang disajikan pada website Akademi Anti Korupsi.

d. Channels (Saluran)

Dalam pemasaran sosial anti korupsi melalui pendidikan anti korupsi yang diselenggarakan oleh ICW, menggunakan Akademi Anti Korupsi sebagai wadah penyampaian berbagai materi mata kuliah yang bertujuan memberikan pengetahuan dan menimbulkan perilaku yang anti terhadap korupsi. Kemudian, segala bentuk penyampain materi dan bahan ajar yang didapat melalui platform Akademi Anti Korupsi dapat menjadi pengaruh dan dapat menjadi umpan balik kepada peserta terhadap perubahan sosial dalam menyikapi perilaku yang anti terhadap korupsi.

e. Change Strategy (Strategi Perubahan)

Dalam strategi pemasaran sosial yang dilakukan oleh ICW melalui program Akademi Anti Korupsi, peneliti membagi dua bagian dari tahapan implementasi strategi perubahan antara lain tahapan dalam penggunaan platform dan dalam metode pembelajaran yang dilakukan.

Pada tahapan implementasi penggunaannya, dalam Akademi Anti Korupsi terdapat tim yang secara khusus mendedikasikan waktu dan energinya mulai dari proses penyusunan materi hingga video pembelajaran, dan sistem evaluasi pembelajarannya. Kemudian, ICW secara khusus dalam strukturnya membentuk tim Akademi Anti Korupsi yang terdiri dari tim inti, teknis, dan administrasi yang menjalankan fungsi pengawasan atau monitoring terhadap pelaksanaan program Akademi Anti Korupsi.

Selanjutnya, pada metode pendekatan pembelajaran pada setiap materi yang diberikan dalam Akademi Anti Korupsi menggunakan konsep konsep critical pedagogi dalam membangun kesadaran kritis kepada peserta dan sekaligus menggunakan metode problem agar proses pembelajaran tidak satu arah. Sehingga dengan praktik implementasi secara pendekatan pembelajaran diharapkan dengan Akademi Anti Korupsi pengetahuan tentang pendidikan anti korupsi tidak hanya sebagai pengetahuan saja, melainkan pendidikan anti korupsi bertujuan menanamkan dan membangkitkan kesadaran sosial dan kesadaran kritis dalam penerapannya. Sehingga, tidak hanya menumbuhkan aspek pengetahuan saja, melainkan juga mengasah aspek psikomotorik dalam mempelajari Akademi Anti Korupsi peserta diarahkan menjadi aktor bahkan pelopor dalam melawan korupsi, misalnya melakukan pengawasan dan membangun integritas, turun kejalan melakukan demonstrasi atau hal lainnya.

Proses Pemasaran Sosial Akademi Anti Korupsi

Dalam tahapan awalnya, ICW menyusun roadmap yang dapat menjadi gambaran awal pembentukan Akademi Anti Korupsi sehingga dalam rangkaian strategi pemasaran dapat tersusun secara sistematis. Selanjutnya secara praktik pemasaran sosial, ICW menggunakan strategi pemasaran sosialnya dengan menggunakan promosi yang dilakukan di media sosial lalu dikombinasikan dengan metode canvassing dengan mendatangi berapa lembaga yang dianggap punya kepentingan dengan pembelajaran anti korupsi misalnya kampus, sekolah, sektor swasta dan pemerintah.

Kemudian tahapan kedua adalah pengorganisasian. Akademi Anti Korupsi membentuk tim teknis dan tim administrasi yang bertujuan mengawasi kinerja Akademi Anti Korupsi setiap saat. Ada mekanisme rapat koordinasi setiap dua minggu untuk mengupdate perkembangan Akademi Anti Korupsi, baik dari sisi kerjasama, pengguna aktif, kendala teknis, maupun kebutuhan untuk merumuskan materi baru yang belum tersedia di Akademi Anti Korupsi. Kemudian, seperti yang diungkapkan oleh koordinator ICW dalam pengorganisasiannya terdapat fasilitator yang dibentuk dari segi struktur terdapat tim yang terdiri dari Direktur dan Fasilitator.

Pada tahapan ketiga yaitu pengimplementasian dalam program Akademi Anti Korupsi, peneliti membagi dua bagian dari tahapan implementasi antara lain tahapan dalam penggunaan platform dan dalam metode pembelajaran yang dilakukan. Pada tahapan implementasi penggunaannya, dalam Akademi Anti Korupsi terdapat tim yang secara khusus

mendedikasikan waktu dan energinya mulai dari proses penyusunan materi hingga video pembelajaran, dan sistem evaluasi pembelajarannya.

Kemudian, dalam proses pengawasan pada Akademi Anti Korupsi terdapat sistem yang mampu mengawasi dan dapat menjadi bahan evaluasi pada sistem pembelajaran Akademi Anti Korupsi dengan menggunakan Learning

Management System (LMS) dan terdapat tim administrasi yang menjalankan fungsi pengawasan atau monitoring terhadap pelaksanaan program Akademi Anti Korupsi.

Evaluasi Program Pemasaran Sosial Akademi Anti Korupsi

Secara umum, peneliti membagi dua terkait evaluasi program pemasaran sosial Akademi Anti Korupsi program khusus yang diselenggarakan oleh ICW. Antara lain evaluasi dalam kendala teknis dalam pelaksanaan program, kemudian melakukan evaluasi terhadap perubahan kognitif dan tindakan para sasaran dalam program khusus Akademi Anti Korupsi.

Dalam perihal teknis, ICW melalui Akademi Anti Korupsi telah melakukan beberapa strategi untuk mengevaluasi implementasi program Akademi Anti Korupsi, terdapat tim inti dan tim administrasi yang bertugas mengawasi kinerja Akademi Anti Korupsi setiap saat. Kemudian terdapat tim fasilitator yang bertugas memberikan help desk apabila terdapat kendala dalam proses belajar. Selain itu, terdapat tim Informasi dan Teknologi yang bertugas untuk mengawasi Learning Management System (LMS) apabila terjadi server down dan permasalahan IT lainnya.

Kemudian, dalam internal tim ICW melalui Akademi Anti Korupsi sendiri terdapat mekanisme rapat koordinasi setiap dua minggu untuk mengevaluasi dan meng-update perkembangan Akademi Anti Korupsi, baik dari sisi kerjasama, pengguna aktif, kendala teknis, maupun kebutuhan dalam merumuskan materi baru yang belum tersedia di dalam program Akademi Anti Korupsi. Sehingga dalam, tahapan dalam proses evaluasi terkait sasaran dan tujuan program dari pemasaran sosial yang dilakukan dapat terlaksanakan.

Selain itu, peneliti perlu menilai keberhasilan sebuah praktik pemasaran sosial dalam mempengaruhi perubahan nilai/moral serta perubahan kognitif dan perubahan tindakan. Untuk mengetahui hal tersebut, selanjutnya dalam melakukan penilaian atau evaluasi terhadap sikap dan nilai yang didapat setelah mengakses platform Akademi Anti Korupsi Program Khusus. Institusi pendidikan tinggi yang bekerja sama dengan ICW mengungkapkan terkait penilaian yang mereka berikan pada mata kuliah pendidikan anti korupsi terdapat beberapa indikator capaian pembelajaran mata kuliah di akhir semester yaitu :

- a. Mahasiswa memiliki daya nalar utuh mengenai dampak perilaku dan tindakan pidana korupsi bagi kehidupan pribadi, masyarakat, dan Negara.
- b. Mahasiswa mampu menginternalisasi nilai-nilai integritas dan menerapkan perilaku anti korupsi

- c. Mahasiswa memiliki keahlian menyusun program-program pencegahan korupsi di berbagai lembaga. (Wawancara dengan Ika Arinia, Prodi Ilmu Pemerintahan Untirta, 2020)

SIMPULAN

Indonesia Corruption Watch (ICW) hadir melalui platform Akademi Anti Korupsi untuk mengisi kekosongan peran pemerintah dalam hal penyebaran pendidikan anti korupsi di Indonesia. Akademi Anti Korupsi merupakan platform belajar berbasis digital yang mudah diakses oleh semua masyarakat untuk dapat belajar mengenai korupsi dan cara-cara memerangnya. Akademi Anti korupsi dirancang guna mengatasi dua persoalan, yakni daya jangkau serta sumber daya uang melalui e-learning, sehingga akan menjangkau banyak kalangan tanpa hambatan ruang dan waktu.

Dalam melakukan proses pemasaran sosial, ICW melalui platform Akademi Anti Korupsi telah memenuhi kelima aspek pemasaran sosial menurut Kotler dan Roberto. Pada aspek produk pemasaran sosial, gagasan perihal pelaksanaan pendidikan anti korupsi yang tidak memakan biaya, kecukupam SDM pengajar, serta ingin menjangkau banyak kalangan menjadi landasan awal terciptanya Akademi Anti Korupsi sebagai platform pendidikan digital. Kemudian dari gagasan tersebut, Akademi Anti Korupsi mulai menjalin kerjasama dan meraih kepercayaan masyarakat melalui kampanye-kampanye anti korupsi yang dilakukannya. Pada praktiknya, Akademi Anti Korupsi tidak hanya berfokus soal aspek pengetahuan, melainkan juga ingin menumbuhkan sikap dan nilai anti korupsi kepada seluruh pengakses atau peserta.

Pada aspek sasaran atau target adopter dari program Akademi Anti Korupsi dibagi berdasarkan status sosial mereka. Akademi Anti Korupsi memang membebaskan siapapun dari berbagai kalangan untuk berpartisipasi sebagai peserta, namun berdasarkan data yang didapat dari total 7640 peserta terlihat bahwa dunia akademisi mendominasi sebagai peserta dari akademi anti korupsi.

Kemudian pada aspek elemen inti pemasaran sosial, Akademi Anti Korupsi telah memenuhi lima indikator yakni; 1) Akademi Anti Korupsi memiliki maksud atau tujuan yaitu untuk menyebarkan pendidikan anti korupsi, 2) Akademi Anti Korupsi sebagai agen perubahan, 3) Akademi Anti Korupsi menjangkau seluruh lapisan masyarakat, 4) Akademi Anti Korupsi sebagai saluran pengetahuan dan penanaman nilai anti korupsi, serta 5) Akademi Anti Korupsi sebagai strategi perubahan.

Pada aspek proses pemasaran sosial anti korupsi yang dilakukan oleh ICW melalui Akademi Anti Korupsi dibagi kedalam empat tahapan yakni, tahapan perencanaan awal, tahapan pengorganisasian, tahapan pengimplementasian, dan tahapan pengawasan. Keempat tahapan ini dilakukan oleh ICW secara sinergis dan sistematis untuk memberikan

pengalaman penggunaan yang baik kepada pengguna atau peserta Akademi Anti Korupsi. Terakhir, pada aspek evaluasi pemasaran sosial program Akademi Anti Korupsi terbagi menjadi dua bentuk yaitu evaluasi kendala teknis dalam pelaksanaan program, dan evaluasi terhadap perubahan kognitif dan tindakan para sasaran dalam program khusus Akademi Anti Korupsi.

Terlepas dari berbagai kesalahan seperti keterbatasan peserta dalam kuota dan kemungkinan gangguan server, menurut penulis ICW telah baik dalam melakukan aksi atau gerakan penyadaran sikap anti korupsi melalui Akademi Anti Korupsi. Respon yang diberikan masyarakat selaku pengakses platform pendidikan inipun cukup baik lantaran mampu memberikan pengetahuan sekaligus nilai anti korupsi. Apabila program ini terus didukung dan menjadi perhatian berbagai pihak, maka akan menjadi sesuatu yang mungkin bagi Indonesia untuk menurunkan angka persepsi korupsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, M. F. (2019, September 25). Jalan Terjal Pemberantasan Korupsi di Era Reformasi. Retrieved Oktober 18, 2019, from Detik: <https://news.detik.com/kolom/d4721000/jalan-terjalpemberantasan-korupsi-di-erareformasi>
- CNNIndonesia. (2018, Maret 19). ICW Luncurkan Aplikasi Akademi Anti Korupsi. Retrieved Oktober 5, 2019, from [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180419135653-12291973/icw-luncurkan-aplikasiakademi-antikorupsi](https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180419135653-12291973/icw-luncurkan-aplikasiakademi-antikorupsi)
- Husodo, A. T. (2015, Juni 25). Indonesia Corruption Watch. Retrieved Januari 3, 2020, from [antikorupsi.org: https://www.antikorupsi.org/new_s/kilas-balik-icw-17-tahunmelawan-korupsi](https://www.antikorupsi.org/new_s/kilas-balik-icw-17-tahunmelawan-korupsi)
- Indonesia Corruption Watch. (2018). Laporan Akhir Tahun Indonesia Corruption Watch 2018. Jakarta: Indonesia Corruption Watch
- ICW. (2019, Desember 29). Lumpuhnya Pemberantasan Korupsi di Tangan Orang "Baik". Retrieved from [antikorupsi.org: https://antikorupsi.org/sites/default/files/catahu_icw_2019_full_291219.pdf](https://antikorupsi.org/sites/default/files/catahu_icw_2019_full_291219.pdf)
- Jeremy, P. (2002). Strategi Memberantas Korupsi: Elemen Sistem Integritas Nasional, Buku Panduan Transparency Internasional. Jakarta: Yayasan Obor.
- KPK, K. P. (2015). Pengantar Kelembagaan Antikorupsi. Jakarta: Direktorat Pendidikan dan Pelayanan Masyarakat Kedeputan Bidang Pencegahan Komisi Pemberantasan Korupsi.
- Katadata. (2019, Maret 16). Anggota legislatif yang terjerat kasus korupsi (2004-2018). Retrieved from [Katadata: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/03/16/2018anggota-dprdprd-terjerat-kasuskorupsi-melonjak-5-kali-lipat](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/03/16/2018anggota-dprdprd-terjerat-kasuskorupsi-melonjak-5-kali-lipat)
- Katadata. (2019, Juli 13). Gubernur dan Walikota/Bupati yang terjerat korupsi oleh KPK. Retrieved from [Katadata: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/13/sejak2004-hingga-2019-terdapat-124kepala-daerah-terjerat-korupsi](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/13/sejak2004-hingga-2019-terdapat-124kepala-daerah-terjerat-korupsi)
- Katadata. (2019, Januari 29). Indeks Persepsi Korupsi 10 Negara ASEAN (2017-2018). Retrieved Maret 1, 2020, from [Katadata: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/29/naik-1poin-indeks-persepsi-korupsiindonesia-naik-ke-peringkat-4-diasean](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/29/naik-1poin-indeks-persepsi-korupsiindonesia-naik-ke-peringkat-4-diasean) Kompas. (2019, Desember 9).

Pembenahan Partai Politik sebagai Solusi Pemberantasan Korupsi. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/tren/read/2019/12/09/220840365/pembenahan-partai-politik-sebagaisolusi-pemberantasankorupsi?page=all>

Philip Kotler dan Alan R. Andreasen. (1995). Strategi Pemasaran untuk Organisasi Nirlaba, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. hlm 27

Philip Kotler dan Roberto, E. L. (1989). Social Marketing. Strategies for Changing Public Behaviours, Simon & Shuster Inc., New York.

Tirto.Id. (2018, Maret 9). Korupsi di Indonesia: Warisan Feodal, Abadi Berkat Soeharto. Retrieved Oktober 17, 2019, from Tirto.id: <https://tirto.id/korupsi-diindonesia-warisan-feodal-abadiberkat-soeharto-cFMt>

Wahyuni Pudjiastuti. (2016). Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia, Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016 hlm 6

Wibowo, A. (2013). Pendidikan Anti Korupsi di Sekolah: Strategi Internalisasi Pendidikan Antikorupsi di Sekolah. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang maha Esa, atas berkat, rahmat dan bimbingannya penelitian ini dapat terselesaikan lancar pada waktunya. Penelitian ini disusun untuk memenuhi tugas akhir guna mencapai gelar sarjana ilmu pemerintahan.

Terima kasih saya sampaikan kepada dosen pembimbing yaitu Alm. Abdul Hamid, Ph. D dan Shanty Kartika Dewi S. IP, M.Si yang telah membimbing serta memberi masukan dan saran selama proses penelitian berlangsung sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih pula saya ucapkan kepada Ika Arinia Indriyany, MA selaku Kepala Program Studi Ilmu Pemerintahan FISIP Untirta.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada berbagai pihak yang telah terlibat dalam penelitian ini khususnya Adnan Topan Husodo (Koordinator ICW), Ade Irawan (Direktur Akademi Anti Korupsi), Jimmy Paat dan Bambang Wisudo (Fasilitator Akademi Anti Korupsi), yang telah bersedia untuk menjadi narasumber utama dalam penelitian kami. Serta tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang ikut membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

Saya sebagai penulis memahami bahwa dalam penelitian dan penulisan masih terdapat kesalahan, maka dari itu saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Diharapkan penelitian ini dapat membantu pembaca dan memberikan manfaat kepada berbagai pihak.