

**Peran Event Manager dalam Membangun Integritas Pelajar di Kota Semarang Melalui Acara Edukatif “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi”**

*Event Manager*

**Nashira Akhida Zahrani, Joyo Nur Suryanto Gono**

[akhidanashira@gmail.com](mailto:akhidanashira@gmail.com)

**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

**Jl. Prof Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407**

**Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)**

***ABSTRACT***

*This project discusses the role of event managers in building student integrity in Semarang City through the educational event “Gemakan Aksi: Anticorruption Young Generation.”. This project is a finalist project of the Anti-Corruption Film Festival (ACFFEST) competition as a category of the SinemAksi Event Creation Competition in 2024 with the Corruption Eradication Commission as the client. This project received funding worth Rp30,000,000.00 from the GIZ German-Indonesian Cooperation Project in the field of CPFS (Corruption Prevention in Forestry Sector). The purpose of this project is to increase the understanding and awareness of junior and senior high school students in Semarang City towards anti-corruption values. Through a persuasive communication approach, elaboration likelihood model theory, social judgment, and social learning, this activity successfully adopted event and experiential marketing by organizing a series of activities in the form of a film screening event to emphasize persuasive anti-corruption messages. As well as authentic experiences in the form of Jelajah Lorong, Focus Group Discussion (FGD) Ular Penghisap, and Seribu Daun. In its implementation, the Gemakan Aksi activity was able to reach the target with 250 participants attending.*

**Keywords : Project, Educational Event, Persuasive Communication, Anticorruption, Event Management, Movie Screening, Event Manager**

## **ABSTRAK**

Karya Bidang ini membahas mengenai peran *event manager* dalam membangun integritas pelajar di kota Semarang melalui acara edukatif “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi”. Karya bidang ini merupakan *project* finalis kompetisi *Anti-Corruption Film Festival (ACFFEST)* sebagai kategori Lomba Cipta *Event SinemAksi Tahun 2024* dengan Komisi Pemberantasan Korupsi sebagai klien. Proyek ini mendapatkan pendanaan senilai Rp30.000.000,00 dari GIZ Proyek Kerjasama Jerman-Indonesia dalam bidang CPFS (*Corruption Prevention in Forestry Sector*). Tujuan diselenggarakannya karya bidang ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa/i SMP hingga SMA/Sederajat di Kota Semarang terhadap nilai-nilai antikorupsi. Melalui pendekatan komunikasi persuasif, teori *elaboration likelihood model*, *social judgement*, dan *social learning*, kegiatan ini berhasil mengadopsi *event* dan *experiential marketing* dengan menyelenggarakan rangkaian kegiatan berupa *event screening film* untuk menegaskan pesan persuasif antikorupsi. Serta, *authentic experience* berupa Jelajah Lorong, *Focus Group Discussion (FGD)* Ular Penghisap, dan Seribu Daun. Dalam pelaksanaannya, kegiatan Gemakan Aksi dapat mencapai target dengan dihadiri oleh 250 peserta.

**Kata Kunci : Karya Bidang, Acara Edukasi, Komunikasi Persuasif, Antikorupsi, Manajemen Acara, Screening Film, Event Manager**

## PENDAHULUAN

Korupsi menjadi salah satu ancaman berbahaya dalam kestabilan suatu negara. Ancaman tersebut berdampak terhadap kerugian negara khususnya di bidang ekonomi. Adanya korupsi semakin memperlambat laju pertumbuhan ekonomi. Dikutip dari Indonesia Corruption Watch (ICW), berdasarkan data putusan-putusan kasasi korupsi, kerugian negara akibat korupsi telah mencapai sebesar Rp238,14 triliun dalam rentang 10 tahun terakhir, terhitung sejak tahun 2013 hingga 2022 (Tatang Guritno, 2024). Putusan-putusan kasasi tersebut dihimpun berdasarkan kerugian yang terjadi secara garis besar pada sejumlah intitusi di Indonesia. Dari data-data dan informasi yang ditampilkan oleh media mengenai korupsi di samping menjadi salah satu penyebab dari pudarnya kepercayaan terhadap institusi di Indonesia seperti pemerintah. (Sun, Z. dkk., 2022).

Pudarnya kepercayaan terhadap institusi pemerintah mempengaruhi masyarakat dalam memandang kinerja pemerintah. Pandangan yang dilihat oleh masyarakat tidak selamanya bersifat positif. Pemerintah yang sepatutnya menjadi lembaga kepercayaan masyarakat justru ternodai dengan stigma-stigma negatif menyangkut korupsi yang dilakukan oleh beberapa oknum (Teguh Hari Prasetyo, 2023). Adanya perilaku buruk yang dilakukan oknum-oknum tertentu

membentuk stigma yang mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap instansi pemerintah. Stigma negatif ini tentu dapat berevolusi menjadi tantangan yang mengkhawatirkan apabila terus berkembang di segala kelompok usia khususnya usia muda seperti siswa/i.

Siswa/i memegang peranan penting dalam mewujudkan stabilitas dan kesejahteraan negara di masa mendatang. Peran siswa/i berpengaruh terhadap kehidupan kenegaraan di masa depan. Satu dari jutaan mereka akan turut berkontribusi memegang andil dalam pemerintahan. Apabila siswa/i yang notabenehnya termasuk dalam masyarakat tidak tereduksi dengan optimal dan terjerumus dalam jeratan stigma negatif sebelumnya, maka dapat mengakibatkan hal yang sama pula dengan generasi sebelumnya. Dalam hal ini, bisa saja siswa/i menjadi acuh terhadap pemerintahan atau bahkan mereka tidak ingin terlibat dalam praktik pemerintahan. Selain itu, tidak menutup kemungkinan, segala informasi yang diterima oleh masyarakat juga tidak sepenuhnya dari media terpercaya. Ironisnya, bila stigma negatif tersebut diproses oleh masyarakat khususnya usia siswa/i untuk menutup mata dari kasus korupsi dan bahkan membiarkan dirinya ikut terkontaminasi untuk melakukan hal-hal yang sama dengan oknum pelaku korupsi. Hal ini terjadi karena *miss*-persepsi akibat normalisasi

terhadap tindak koruptif yang disepelekan.

Persepsi mengenai korupsi tidak hanya terbentuk karena lingkungan sekitar saja, tetapi juga terbentuk karena kebiasaan/budaya dan pendidikan. Seringkali, beberapa perilaku dalam kehidupan sehari-hari rentan terjadi tindak kecurangan dan ketidakjujuran yang mengarah pada tindak koruptif. Tindak koruptif yang marak terjadi di lingkungan sekitar siswa/i tidak jauh dari kebiasaan sehari-harinya seperti berbohong, menyontek, memanipulasi, mengelabui, menggunakan situs ilegal, dan lain sebagainya. Akan tetapi, satu dari beberapa tindakan tersebut pernah dilakukan atau disaksikan. Bahkan, tidak disadari tindakan tersebut pernah dilakukan. Hal ini karena benteng yang berhubungan dengan tindak koruptif seperti integritas belum didefinisikan dengan baik. Sehingga, para siswa/i belum paham dan tidak sadar adanya praktik koruptif di sekitarnya.

Pendefinisian integritas dalam edukasi antikorupsi telah tercantum pada pendidikan formal. Pendidikan formal dalam ranah ini digerakkan oleh sekolah. Sekolah sebagai institusi penggerak pendidikan formal telah berupaya memberikan penanaman dan pemahaman nilai antikorupsi dengan menggunakan mata pelajaran pendidikan pancasila dan kewarganegaraan serta beberapa diantaranya ada yang telah menerapkan

pembelajaran berbasis “Penguatan Profil Siswa/i Pancasila (Propela)” gagasan dari “Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan teknologi (Kemendikbud)”. Akan tetapi, media pembelajaran yang dilakukan oleh sekolah masih terpaut dengan pembelajaran berbasis teori. Teori-teori yang diajarkan membahas secara general mengenai ketidakjujuran dan kecurangan. Berdasarkan observasi yang dilakukan pada enam sekolah meliputi SMP Negeri 11 Semarang, SMP Pangudi Luhur Domenico Savio, SMA Negeri 1 Semarang, SMA Negeri 9 Semarang, SMK Negeri 7 Semarang, dan SMA Sedes Semarang. 2 dari 6 sekolah tersebut telah menerapkan pendidikan antikorupsi melalui tambahan muok berbasis penguatan profil siswa/i pancasila. Serta, 4 dari 6 sekolah di atas masih hanya fokus pada mata pelajaran pendidikan pancasila dan kewarganegaraan.

Hasil observasi yang telah dilakukan pada enam sekolah di atas memperlihatkan bila upaya penanaman dan pemahaman nilai antikorupsi yang dilakukan masih menekankan terhadap nilai-nilai moral dalam konteks general. Konteks general yang diajarkan tersebut berpedoman pada nilai pancasila, seperti kejujuran dan tanggungjawab melalui media bacaan dan soal-soal. Sehingga penekanan edukasi antikorupsi belum optimal dilakukan karena terbalut dengan seragam nilai-nilai moral pada umumnya dan belum adanya media

pembelajaran praktik yang bisa mengidentifikasi pernah atau tidaknya seorang siswa/i melakukan perilaku koruptif. Untuk itu, perlu adanya pendekatan komprehensif untuk mencapai pemahaman nilai-nilai antikorupsi.

Pendekatan komprehensif dapat dilakukan dengan media pembelajaran yang menyenangkan dan tidak memaksakan siswa/i untuk berpikir dalam menelaah buku bacaan. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan yakni dengan menyelenggarakan *event* untuk mengkaji teori dan praktik yang dapat dilakukan oleh siswa/i secara seimbang.

*Event* penayangan film bertema nilai-nilai antikorupsi dapat menjadi solusi inovatif dalam menyeimbangkan pembelajaran berbasis teori dan praktik dalam pembentukan pemahaman antikorupsi. Film menjadi media informasi melalui audiovisual dan media propaganda yang berpotensi dalam mempengaruhi orang secara emosional (Toni, 2015). Hal tersebut karena informasi dapat mempengaruhi bahkan mengubah keyakinan yang sudah dimiliki atau dapat menambah kepercayaan baru (Littlejohn dkk., 2016). Sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh penonton atau komunikan.

Oleh karena itu, edukasi dan sosialisasi terhadap siswa/i SMP hingga SMA/ Sederajat melalui *event* penayangan

film “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Anti Korupsi” di Kota Semarang diselenggarakan sebagai upaya-upaya penanaman dan pemahaman nilai antikorupsi yang sudah ada.

## **OBJEKTIF**

Tujuan karya bidang ini adalah menyelenggarakan *event* edukasi antikorupsi “Gemakan Aksi” bersama Komisi Pemberantasan Korupsi. Dalam hal ini keberhasilan kegiatan ditentukan oleh *event manager* dari perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan.

1. Pemahaman mengenai korupsi dari yang semula (hasil survey) 54% menjadi 90%.
2. Pernyataan sikap integritas pada Jelajah Lorong dari yang semula (hasil survey) 49% menjadi 61,6%.
3. Pernyataan sikap integritas pada pre-test dari yang semula (hasil survey) 49% menjadi 90,6%.
4. Pernyataan sikap integritas pada post-test dari yang semula (hasil survey) 49% menjadi 92,6%.
5. Dihadiri oleh 250 peserta
6. Menghadirkan 2 narasumber ahli di industri perfilman dan 1 narasumber ahli di bidang kampanye edukasi antikorupsi

## **KERANGKA KONSEP**

### ***Event Management***

*Event* adalah salah satu implementasi kegiatan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu berupa *goals* dan *objective* (Bowdin dkk., 2023). Pada pelaksanaannya, *event* harus memiliki keunikan tersendiri agar tidak sama dengan kompetitor maupun kegiatan-kegiatan serupa yang telah dilaksanakan sebelumnya. Adapun tahap perencanaan *event* meliputi (1) penentuan konsep acara dengan perumusan anggaran, tujuan, pemetaan stakeholders, dan uji kelayakan pelaksanaan kegiatan; (2) pemilihan *venue* menyangkut susunan program, skema rencana lokasi, *production list*, perekrutan tim, promosi, dan perincian perencanaan keuangan; (3) evaluasi yang dilakukan setelah acara selesai (Dowson & Bassett, 2015)

Berdasarkan tahap-tahap di atas, proses perencanaan kegiatan "Gemakan Aksi" telah mengimplementasi dua fase utama tersebut untuk mencapai tujuan dan kelancaran kegiatan. Adapun fase pertama, telah diterapkan dalam penyusunan proposal kegiatan, pada fase ini segala konsep acara, rencana anggaran, tujuan, dan pemetaan stakeholders dilakukan. Kemudian, tahap berikutnya, sebagai *event manager* memastikan kembali detail rancangan program termasuk finalisasi konsep, finalisasi *production list* beserta biaya yang dibutuhkan, survey *venue*, dan media promosi. Dua fase di atas dilakukan

agar *event* berjalan dengan lancar dan sesuai tujuan.

### **Fungsi Komunikasi**

Terdapat empat fungsi komunikasi yakni fungsi informasi, edukasi, hiburan, dan motivasi (Onong Uchjana Effendy, 2011). Pada kegiatan Gemakan Aksi, *event manager* mengadopsi 4 fungsi komunikasi dalam saluran penyampaian pesan. Adapun fungsi komunikasi tersebut tercermin dalam rangkaian-rangkaian kegiatan yang diselenggarakan.

Rangkaian kegiatan yang mengadopsi fungsi edukasi dan motivasi diantaranya pada rangkaian sesi temu kenal sineas x KPK. Fungsi edukasi nampak dari penjelasan-penjelasan narasumber mengenai bentuk pencegahan korupsi yang dapat dilakukan oleh siswa/i. Selain itu, pada rangkaian kegiatan ini, narasumber juga akan menjelaskan mengenai pemanfaatan seni film sebagai media yang dapat diproduksi dan dikonsumsi oleh peserta dalam berpartisipasi aktif untuk mencegah tindak korupsi sejak dini.

Kemudian, rangkaian kegiatan yang berfungsi sebagai informasi dan mempengaruhi adalah penayangan film. Film menjadi media informasi berbasis audiovisual. Peserta dapat mengetahui bentuk-bentuk tindak koruptif yang digambarkan melalui film. Selain itu, dengan adanya film peserta dapat memahami tindakan mana yang dapat

mereka teladani dan tindakan mana yang harus mereka hindari.

Lalu, fungsi hiburan pada kegiatan Gemakan Aksi nampak pada persembahan awal saat kegiatan akan dimulai yakni monolog, jelajah lorong, dan seribu daun. Monolog mengadopsi fungsi hiburan yang dibalut dengan penggambaran koruptif yang terjadi di sekeliling peserta oleh talent. Sementara, jelajah lorong dan seribu daun mengadopsi fungsi hiburan dengan bilik-bilik permainan.

Selanjutnya, kegiatan *focus group dicussion* juga mengadopsi fungsi informasi. Hal ini nampak pada tiap keterangan bagian ular yang merepresentasikan isi film yang para peserta tonton.

### ***Komunikasi Persuasif***

Bentuk komunikasi yang digunakan untuk membangun, menguatkan, atau merubah tanggapan orang lain atau pihak lain (Stiff & Mongeau, 2016). Komunikasi ini diharapkan dapat membuat komunikan paham tanpa paksaan. Komunikasi persuasif juga termasuk dalam level komunikasi massa, khususnya saat pesan yang disampaikan melalui media perantara, salah satunya dengan melalui acara publik seperti *event screening film*.

### ***Elaboration Likelihood Model***

Teori ini membahas mengenai bagaimana seorang komunikator memproses pesan persuasif (Littlejohn

dkk., 2016). Teori yang pertama kali dikembangkan oleh Richard Petty dan John Cacioppo menekankan peranan individu dalam memproses pesan persuasif dan bagaimana terjadinya perubahan pengaruh terhadap sikap.

Pada *Elaboration Likelihood Model (ELM)* ada dua tahap yang digunakan untuk memproses pesan yakni “rute sentral” dan “rute eksternal”. Rute sentral digunakan saat informasi diproses secara aktif oleh penerima pesan secara aktif dengan sadar dan kritis memahami pesan. Sementara, rute eksternal digunakan saat penerima pesan tidak benar-benar memahami isi pesan secara kritis.

*Elaboration Likelihood Model (ELM)* dalam acara “Gemakan Aksi”, teori ini diimplementasikan untuk melihat melalui rute apa peserta memproses/menerima pesan yang disampaikan ketiga film dalam rangkaian kegiataan. Sehingga untuk memastikan pesan persuasif tertangkap dengan baik oleh peserta yakni dengan menggunakan rangkaian kegiatan *Focus group dicussion (FGD)* melalui media ular antikorupsi.

### ***Social Judgement***

Teori ini membahas mengenai proses individu dalam merumuskan keputusan terkait pesan/ informasi yang didapatkan, dengan kata lain pesan/ informasi yang diterima akan dirinya tolak atau terima. Pada teori ini terdapat beberapa

istilah meliputi (1) *latitude of acceptance*, individu menerima dan menyetujui pesan/informasi, (2) *latitude of rejection*, individu menolak pesan/informasi, dan (3) *latitude of non-commitment*, individu masih berada di tengah antara akan menerima ataupun menolak pesan/informasi karena ketidakpeduliannya dengan isi informasi (Griffin dkk., 2019). Pada teori ini, yang dimaksud pesan/informasi paling efektif adalah dimana pesan/informasi yang diterima masih memiliki kedekatan dengan sikap individu, namun tetap masih ada di kawasan penerimaan atau ketidakberpikakan diri individu.

Dari teori di atas, terdapat korelasi antara fase *latitude of non-commitment* dengan target peserta acara "Gemakan Aksi". Peserta yang ditargetkan dalam kegiatan ini adalah individu yang masih memiliki rasa acuh dan belum mempunyai preferensi terhadap prinsip yang diyakini. Melalui rangkaian kegiatan dalam acara "Gemakan Aksi", pesan/informasi harus bisa memberikan preferensi terkait tindak koruptif dan integritas diri. Dengan harapan setelah kegiatan terlaksana, peserta dapat beralih ke fase *latitude of acceptance*.

### ***Information Integration***

Teori ini menjelaskan peranan organisasi dalam proses penerimaan dan pengumpulan berbagai informasi tentang sekelompok manusia, objek, keadaan, ataupun ide. Teori ini berpotensi untuk

mengubah perilaku seseorang dari kepercayaan yang sebelumnya telah dimiliki dan berpotensi menambah kepercayaan serta melahirkan kepercayaan baru (Littlejohn dkk., 2016). Penekanan teori ini terletak pada usaha seseorang dalam menggali proses lahirnya sikap melalui penggabungan informasi baru melalui pandangan yang sebelumnya sudah melekat di setiap otak individu (Littlejohn dkk., 2016).

Melalui "Gemakan Aksi", *Information-Integration Theory* tampak pada bagaimana segala informasi yang didapatkan melalui film-film yang ditayangkan diproses dan diintegrasikan hingga menciptakan kepercayaan baru hingga mampu mengubah sikap partisipan untuk tidak terafiliasi dengan tindak koruptif.

### ***Social Learning***

Teori yang menjelaskan bahwa pada dasarnya hasil pengamatan perilaku yang dilakukan oleh seseorang dapat langsung ditiru dan diadopsi (Prayuti Y. dkk., 2024). Teori ini menekankan tiga tahapan yang dialami individu dalam proses mengadopsi perilaku. Tahap pertama yakni *attention*, seorang individu melihat kegunaan dari keunikan dan kesederhanaan. Lalu, *retention*, informasi diproses oleh individu, dalam hal ini bentuk informasi yang digambarkan secara visual berpeluang untuk lebih mudah diingat di benak.

Kemudian, *motivation*, informasi yang telah diingat akan diadopsi menjadi perilaku baru (Griffin dkk., 2019).

Keterkaitan teori di atas dengan kegiatan “Gemakan Aksi” terletak pada penggambaran praktik korupsi melalui ketiga film yang ditayangkan. Pesan-pesan dalam ketiga film tersebut ditangkap oleh partisipan dan berpengaruh terhadap terbentuknya perilaku baru. Dalam hal ini dapat seperti mencegah melakukan perilaku negatif yang ditayangkan pada film di kehidupan sehari-hari.

## TARGET AUDIENS

1. Demografis
  - a. Siswa dan siswi SMP hingga SMA/Sederajat
  - b. Laki-laki dan perempuan
  - c. Usia 12-18 tahun.
2. Geografis :  
Berdomisili di Semarang
3. Psikografis :
  - a. *Update* terhadap tren yang sedang ramai dibicarakan
  - b. Tertarik pada film sebagai media edukasi
  - c. Peduli terhadap isu-isu sosial dan politik, terutama korupsi

## EVENT MANAGER

*Event manager* berperan dalam perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Perencanaan yang dilakukan oleh *event*

*manager* harus memperhatikan riset baik riset alasan kegiatan dilakukan, penentuan tujuan, situasi terkini, biaya produksi, hingga perbandingan penyedia kebutuhan produksi (Dowson & Bassett, 2015). Perencanaan yang dilakukan hendaknya terorganisir dengan baik dan memiliki tujuan yang jelas. Apabila semuanya telah ditentukan, perumusan tema dan konsep dapat diadaptasi dari tujuan yang ingin dicapai. Di samping itu, diperlukan juga target capaian untuk menunjang keberhasilan *event*. Target capaian tersebut dapat dirumuskan melalui *Key Performance Indicators* (KPI).

Selain keterampilan *planning*, *event manager* juga harus dapat menguasai kemampuan *negotiation*. Kemampuan *negotiation* digunakan saat riset pencarian penyedia kebutuhan produksi. Dalam hal ini, *event manager* juga dapat memanfaatkan kesempatan pengajuan kerjasama untuk mendukung keberhasilan *event* seperti dengan dukungan *support* barang dari *brand*.

Setelah perencanaan terkonsep dengan baik, langkah yang dapat dilakukan adalah dengan penerapan *coordinating*. *Coordinating* berperan sebagai bentuk komunikasi antar pihak internal dan eksternal untuk menunjang keberhasilan kegiatan. Dalam hal ini, sebagai *event manager* kemampuan *coordinating* dilakukan dari mulai perencanaan hingga

pasca pelaksanaan. *Event manager* akan selalu menyampaikan *update* terkait *progress* dari kebutuhan kegiatan dan persiapan kegiatan kepada tim. Serta dalam hal ini, *event manager* akan memberikan arahan terkait tugas pokok dan fungsi tiap *supporting member*.

## **PERENCANAAN DAN PERSIAPAN**

### **Penyusunan Tema dan Konsep Kegiatan**

Tema yang diangkat adalah “Perkuat Integritas, Tumpas Ular Penghisap”. Tema ini hanya berisi lima kata sederhana yang mudah dibaca, didengar, dan diingat. Dari kelima kata tersebut memiliki kandungan makna bahwa cara mencapai tujuan dari edukasi antikorupsi itu dapat dilakukan dengan memperkuat integritas diri.

Pemilihan konsep gemakan aksi sendiri, mengacu terhadap empat pilar fungsi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy. Adapun empat fungsi komunikasi tersebut meliputi media informasi, persuasi, hiburan, dan sosialisasi. Dari keempat fungsi komunikasi di atas menghasilkan rangkaian kegiatan berupa jelajah lorong, monolog, *movie screening*, temu kenal sineas x KPK, dan seribu daun.

### **Penyusunan *Production List* dan Riset Vendor**

Pada tahapan penyusunan *production list*, dilakukan pemetaan tiap

kebutuhan dengan membagi menjadi beberapa item/ *activities* meliputi (1) venue; (2) promosi acara; (3) temu kenal sineas x KPK; (4) jelajah lorong; (5) *focus group discussion*; (6) seribu daun; (6) dekorasi; (7) kebutuhan *crew*. Selain menyusun *production list*, pada tahapan ini juga dilakukan perbandingan vendor kebutuhan produksi beserta negosiasi dalam bentuk luring dan daring.

### **Penawaran *Partnership***

Pelaksanaan *main event* Gemakan Aksi membutuhkan kolaborasi *in-kind* untuk memeriahkan acara. Adapun beberapa *stakeholders* yang diajak untuk berkolaborasi diantaranya salsa cosmetic, helai by nuk, super skin, dan ratu paksi. Pihak-pihak di samping memberikan *support* berupa *product* dan *merchandise*. Proses kolaborasi awal dilakukan melalui WhatsApp *Marketing/ Public Relations*.

### **Produksi Desain Kebutuhan *Event***

Produksi desain kebutuhan *event* menggunakan *tools* berupa software Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator. Adapun kebutuhan *event* yang disusun menggunakan software tersebut adalah desain *layout venue*, desain seluruh pertanyaan jelajah lorong, dan desain ular penghisap.

### **Penyusunan Teknis *Event***

Penyusunan teknis event meliputi perumusan topik *talkshow* dan susunan acara. Kemudian dilanjutkan dengan riset narasumber dan penyusunan Term of Reference (TOR). Selain itu, penyusunan kebutuhan *main event* lainnya seperti pertanyaan *pre-test* dan *post-test*, cue card *master of ceremony* dan moderator, serta materi promosi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Efektivitas *Event* sebagai Media Edukasi

Gemakan Aksi berhasil mencapai target dengan diikuti sebanyak 250 peserta dan 10 guru pendamping dari SMP yang diundang. Implementasi *event* sebagai media edukasi berjalan dengan baik.

Pengukuran tersampainya pesan diukur melalui meningkatnya pengetahuan peserta dari 74,5% menjadi 91,1% yang dilakukan pada sesi *pre-test* dan *post-test*. Kemudian, terukur pada tiga kotak pernyataan tindak koruptif yang diletakkan pada rangkaian jelajah lorong yakni pernyataan sikap yang semula 49% menjadi meningkat sebesar 61,6%. Lalu, pada *focus group discussion* seluruh peserta yang terbagi dalam 40 kelompok berhasil menuliskan bentuk dan solusi tindak koruptif yang terjadi dalam film yang mereka tonton. Hal ini dibuktikan dengan adanya 7 orang yang berani menjelaskan isi film sesuai dengan filosofi ular penghisap. Serta, pada seribu daun, seluruh peserta

berjumlah 250 orang menempel kertas berisi nilai moral film.

Sesuai dengan *Key Performance Indicators* (KPI), pelaksanaan kegiatan Gemakan Aksi berhasil meningkatkan pengetahuan peserta mengenai gambaran tindakan koruptif. Kemudian, peserta juga memberikan pernyataan sikap mengenai tindakan koruptif yang tidak ia sadari pernah dilakukan. Serta, peserta dapat memahami lebih lanjut mengenai peran dirinya untuk turut berkontribusi dalam memberantas korupsi.

### Jelajah Lorong sebagai media *Screening Bibit Koruptif*

Jelajah lorong menghadirkan bilik kosong dengan tiga pertanyaan yang berisi premis-premis untuk memperlihatkan sikap yang mungkin pernah dilakukan dalam kegiatan sehari-hari. Jelajah lorong yang dirancang menggunakan konsep anonim sehingga tidak ada yang mengetahui siapa yang menaruh *stick* pada kotak “pernah” dan siapa yang menaruh *stick* pada kotak “gag”. Dari perolehan yang didapat, sebanyak 171 dari 250 peserta mengisi “pernah” atas pernyataan “*Aduh Susah, Nyontek Dia Aja Deh*”. Kemudian, sebanyak 12 dari 250 peserta menjawab “pernah” atas pernyataan “*Beli gorengan tiga, tapi bayarnya satu*”. Lalu, sebanyak 105 dari 250 peserta “pernah” menonton film pada salah satu situs illegal.

## **Efektivitas Pengaplikasian Media Permainan dalam Pemahaman Film**

*Focus group discussion* dengan media ular penghisap mengadopsi fungsi informasi. Hal ini karena dalam tiap tubuh ular terdapat keterangan berupa representasi dari resensi film. Mulai dari bisa ular berisi keterangan informasi dan perintah kepada peserta untuk menuliskan bahaya tindak koruptif yang disaksikan pada film, badan ular berisi seperti apa tindak koruptif terjadi, hingga ekor ular berisi pendapat peserta mengenai solusi untuk menghindari tindak koruptif tersebut.

Pada *focus group discussion* ini terdapat tiga warna ular penghisap yang berbeda yaitu biru, hijau, dan merah. Dari ketiga warna ular penghisap tersebut menjadi kode tersendiri untuk tahapan pengerjaan. Dimana warna biru itu mengisyaratkan film pertama “kelompok tidak belajar”, lalu warna hijau mengisyaratkan film kedua “tanda tangan sang bapak”, dan warna merah merupakan film ketiga “Unbaedah”.

Dari penggunaan media ular penghisap, peserta dapat dengan mudah memahami isi film beserta cara menghindari/ mencegah tindak koruptif yang diceritakan pada ketiga film tersebut. Hal ini menjadi media efektif untuk membentengi diri peserta dalam menghindari sikap-sikap yang menjerumus

ke arah koruptif.

## **KESIMPULAN**

Karya Bidang “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” telah sukses diselenggarakan pada tanggal 19 Oktober 2024 di Aula Soekarno tepatnya pada Gedung Balai Besar Penjaminan Mutu Pendidikan Provinsi Jawa Tengah. Dimana dalam proses perencanaannya terdapat tahap par produksi yang telah dilakukan sejak minggu pertama bulan september. Dalam rangka pemberian edukasi antikorupsi terhadap siswa/i SMP/MTS/Sederajat dan MA/SMA/SMK/Sederajat, Gemakan Aksi hadir menyuguhkan rangkaian kegiatan yang dibalut dengan empat fungsi komunikasi yakni edukasi, informasi, hiburan, dan motivasi. Keempat fungsi tersebut dituangkan dalam rangkaian kegiatan jelajah lorong, monolog, *pre-test*, penayangan film, sesi temu kenal sineas x KPK, *focus group discussion*, *post-test*, dan seribu daun. Kegiatan ini berhasil diselenggarakan dengan mencapai target yang telah ditentukan yakni sebesar 250 peserta. Selain itu, dari mulai proses perencanaan, persiapan, hingga pelaksanaan seluruh anggota tim dapat bekerja dengan baik. Proses-proses yang dilakukan sesuai dengan tahapan pada teori yang digunakan yakni *event management* dan teori-teori lainnya dalam penyampaian pesan. Meski terdapat

beberapa kendala dalam proses kerja tim, acara Gemakan Aksi berlangsung dengan baik.

## SARAN

Adapun berikut beberapa saran yang disampaikan untuk pihak-pihak yang akan melaksanakan kegiatan serupa.

1. Perlu penyusunan manajemen alur kerja yang baik sebagai indikator keberhasilan kerja tim.
2. Pentingnya pemahaman yang sama terkait manajemen *event* bagi seluruh anggota tim.
3. Pengambilan keputusan tidak terpaku pada anggota kelompok, melainkan ketua kelompok.
4. Memastikan *Memorandum of Understanding* (MoU) telah ditandatangani oleh pihak kedua sebelum lanjut ke tahap berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bowdin, G. A. J., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'Toole, W., & McDonnell, I. (2023). *Events Management* (4 ed.). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781003044963>
- Dowson, R., & Bassett, D. (2015). *Event Planning and Management: A Practical Handbook for PR and Events Professionals*. Kogan Page Publishers.
- Griffin, E., Griffin, E. A., Ledbetter, A., & Sparks, G. G. (2019). *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Education.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2016). *Theories of Human Communication: Eleventh Edition*. Waveland Press.
- Onong Uchjana Effendy. (2011). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*.  
<https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/208476/ilmu-komunikasi-teori-dan-praktek>
- Prayuti Y., L. A., S., & Y., N. (2024). *Penyuluhan Anti-Korupsi dalam Upaya Meningkatkan Integritas dan Transparansi di Indonesia / JPMNT: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT NIAN TANA*.  
<https://ejournal-nipamof.id/index.php/JPMNT/article/view/413>
- Stiff, J. B., & Mongeau, P. A. (2016). *Persuasive Communication, Third Edition*. Guilford Publications.
- Sun, Z., Zhu, L., & Ni, X. (2022). *How Does Anti-Corruption Information Affect Public Perceptions of Corruption in China? China Review*, 22(2). 113–143.
- Tatang Guritno. (2024). *ICW Catat 731 Kasus Korupsi pada 2023, Jumlahnya Meningkat Siginifikan*. KOMPAS.com.

<https://nasional.kompas.com/read/2024/05/19/17020321/icw-catat-731-kasus-korupsi-pada-2023-jumlahnya-meningkat-siginifikan>

Teguh Hari Prasetyo. (2023). *Korupsi: Ancaman Tersembunyi yang Merusak Sendi-sendi Kehidupan Bangsa dan Negara*. DJKN Kemenkeu.

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/16690/Korupsi-Ancaman-Tersembunyi-yang-Merusak-Sendi-sendi-Kehidupan-Bangsa-dan-Negara.html>

Toni, A. (2015). *Peran Film Sebagai Media Sosialisasi Lingkungan*.

<https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/676>





