

### ABSTRAK

Gerakan "Saya, Perempuan Anti Korupsi!" (SPAK) diluncurkan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) bekerja sama dengan *Australia-Indonesia Partnership for Justice* (AIPJ) sebagai sebuah program kampanye sosial tentang perilaku antikorupsi yang berbentuk gerakan sosial. Gerakan ini sengaja dibentuk oleh KPK sebagai sebuah lembaga negara untuk mengintervensi para perempuan agar mereka mau terlibat secara aktif dalam upaya pencegahan korupsi di Indonesia. Sebagai salah satu bentuk komunikasi publik, keberhasilan suatu kampanye ditentukan oleh adanya serangkaian proses manajemen kampanye yang sistematis dan komprehensif. Manajemen kampanye dalam penelitian ini dilihat dari sudut pandang praktis, yang meliputi perencanaan, implementasi, dan evaluasi kampanye, serta dari sudut pandang strategis yang dilakukan pada periode April 2014 – April 2016. Sudut pandang strategis ini berkaitan dengan peran perempuan dalam sistem sosial di Indonesia yang mendasari pembentukan gerakan ini dan kondisi lingkungan yang ada di Indonesia yang dapat mendukung keberadaan gerakan SPAK. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan penelusuran dokumen. Meskipun terdapat aspek strategis dalam penelitian ini, namun fokus utama penelitian ini adalah tetap kepada aspek praktis dari manajemen kampanye sosial tentang perilaku antikorupsi pada gerakan SPAK. Aspek strategis dalam penelitian ini muncul berdasarkan temuan dan analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap aspek praktis dalam manajemen kampanye sosial ini.

Kata kunci: manajemen kampanye, kampanye sosial, perilaku antikorupsi, pencegahan korupsi

### **ABSTRACT**

"I am a Woman Against Corruption" – "Saya, Perempuan Anti Korupsi!" (SPAK), was launched by Indonesia's Corruption Eradication Commission (Komisi Pemberantasan Korupsi, KPK), in partnership with Australia-Indonesia Partnership for Justice (AIPJ) as a social campaign program on anti-corruption behavior in the form of social movement. This movement was deliberately formed by KPK as a state institution to intervene the women to be actively involved in the corruption prevention efforts in Indonesia. As one of the forms of public communication, the success of a campaign program is determined by a series of systematic and comprehensive campaign management processes. The campaign management in this research is seen both from the practical standpoint, which includes planning, implementation, and evaluation process, and the strategic one, in the period of April 2014 – April 2016. This strategic standpoint is in accordance with the women's roles in the social system in Indonesia that underlying the formation of this movement and the environmental conditions in Indonesia that support the existence of SPAK. This research conducted by using the case study method with interviews, observations, and document tracking as data collection techniques. Although there are strategic aspects in this study, but the main focus remains to the practical aspects of the social campaign management on anti-corruption behavior in SPAK movement. These strategic aspects appear based on the findings and analysis conducted by the researcher toward the practical aspects of this campaign management.

**Keywords:** campaign management, social campaign, anti-corruption behavior, prevention of corruption