

Model Komunikasi Advokasi Pencegahan Korupsi Pada Media Publikasi Humas Lembaga KPK

Mohammad Jhanattan

Universitas Paramadina
Jl. Gatot Subroto No.Kav. 97, Jakarta Selatan
E-mail : Mohammad.jhanattan@gmail.com

ABSTRAK

Strategi komunikasi yang dijalankan oleh KPK adalah secara tepat dan sistematis menggunakan media sebagai penyampai advokasi. Kemitraan yang dibangun oleh tim Humas KPK dengan awak media adalah dengan memberikan siaran pers secara resmi. Kutipan dari siaran pers tersebut berasal dari unsur Pimpinan, Juru Bicara, Pejabat Struktural, Penasihat, dan Tokoh (*Prominence Person*). Advokasi yang dijalankan melalui media yaitu antara lain mengenalkan program-program kerja KPK, Pendidikan Antikorupsi, Laporan Hasil Kajian Penelitian dan Pengembangan (Litbang), penetapan status tersangka dalam jumpa pers dan atau menyampaikan hasil jaringan Operasi Tangkap Tangan (OTT). Khusus untuk media yang dikelola secara mandiri oleh KPK, melalui layanan daring (*live streaming*) memiliki kekhususan antara lain untuk menyampaikan berita-berita seputar penindakan dan pencegahan korupsi, pembahasan mengenai hukum antikorupsi (Klinik Hukum), tayangan edukasi keluarga dan anak, serta konten kontemporer yang berisikan mengenai hal-hal yang erat dengan keseharian masyarakat. Bentuk *live streaming* ini dapat disaksikan kembali dalam bentuk *Pod Cast* (rekaman *video on demand*). Pada teknis penyampaiannya maupun substansi isi acara, tanggung jawab isi konten dan hak cipta sepenuhnya dimiliki oleh KPK.

Kata kunci : Humas, KPK, Pencegahan, Antikorupsi, OTT, Hukum

ABSTRACT

The communication strategy implemented by the KPK is to accurately and systematically use the media as a conveyor of advocacy. The partnership built by the KPK Public Relations team with the media crew is by giving official press releases. The excerpts from the press release come from elements of the Leadership, Spokesperson, Structural Officials, Advisors, and Prominence Person. Advocacy carried out through the media includes introducing KPK work programs, Anti-Corruption Education, Research and Development Study Results Reports (R & D), determining the status of suspects at press conferences and / or delivering the results of a sting operation. Especially for media that is managed independently by the KPK, through online services (live streaming) it has specificities, among others, to deliver news about the prosecution and prevention of corruption, discussion of anti-corruption law (Legal Clinic), educational shows for families and children, as well as contemporary content that contains things that are closely related to people's daily lives. This form of live streaming can be re-recorded as Pod Cast (video recording on demand). In terms of the delivery technique as well as the content of the program, the responsibility for the content and copyright is fully owned by the KPK.

Keyword : Public Relations, KPK, Preventions, Anti-Corruption, Sting Operation, Law

1. PENDAHULUAN

Komisi Pencegahan Korupsi (KPK) adalah lembaga negara yang memiliki kewajiban untuk penegakan hukum dengan berdasar kepada Undang-Undang No.30 Tahun 2002 Juncto UU.19 Tahun 2019. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, KPK memiliki pedoman yaitu: kepastian hukum, keterbukaan akuntabilitas, berlaku untuk kepentingan umum, dan proporsionalitas. Dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya KPK selalu memberikan Informasi kepada masyarakat dan melaporkan hasil kinerja secara berkala kepada Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

KPK merupakan lembaga negara yang kerap muncul dalam pemberitaan baik nasional hingga internasional. Dalam organisasi KPK sendiri terdapat Biro Humas yang menganalisis, menjaga relasi media, dan memproduksi media cetak maupun elektronik untuk disebarluaskan ke masyarakat. Pelaksanaan Kehumasan, media relasi, dan Pemberitaan melalui Radio dan TV (Kanal KPK) serta Sosial Media (*Facebook, Twitter, Youtube, dan Instagram*) dilakukan secara rutin setiap harinya.

Pengelolaan media Informasi tersebut dilakukan tim Humas KPK setiap jam kerja (8 jam sehari, 5 hari kerja). Di Kantor KPK sendiri disediakan Pojok Humas yang berfungsi untuk menerima masyarakat dalam mengakses berita dan Perpustakaan yang dikelola untuk dapat diakses masyarakat dalam mencari literatur seputar kajian hukum dan pencegahan korupsi.

KPK merupakan lembaga yang sangat ditunggu-tunggu pemberitaannya oleh awak media. Puluhan wartawan dari berbagai jenis media (televise, radio, media cetak, dan elektronik) selalu siap dalam mengambil pemberitaan dari berbagai sisi dan sudut pandang. Misalnya, saat diumumkan status Tersangka (TSK) oleh Juru Bicara KPK, maka wartawan akan melancarkan beberapa pertanyaan yang menyangkut status hukum, barang bukti, dan delik pelanggaran pasal dari Undang-Undang Tindak Pidana Korupsi yang akan disematkan kepada TSK tersebut.

Efek dari ekspose pemberitaan tersebut, KPK makin dikenal di masyarakat. Hal ini tentu dikarenakan TSK yang ditangkap oleh KPK adalah oknum pejabat setingkat Menteri, Anggota Dewan (DPR), Hakim, Jaksa, Bupati, serta pihak-pihak lainnya yang melakukan transaksi kejahatan korupsi. Melalui pemberitaan tersebut, KPK melalui Juru Bicara juga menyelipkan advokasi pencegahan korupsi. Hubungan Masyarakat KPK masuk dalam struktur organisasi yang berinduk pada Kesekjenan KPK. Humas KPK dikepalai oleh Kepala Biro.

Kepala Biro Humas KPK saat ini adalah Febridiansyah yang pada tahun 2017-2019 menjabat sebagai Juru Bicara KPK. Akan tetapi posisinya saat ini digantikan oleh dua pelaksana tugas dan secara khusus dipisah untuk fokus pada pemberitaan penindakan dan pencegahan Korupsi di lembaga KPK.

Pelaksana tugas juru bicara KPK dalam memberitakan ke masyarakat selalu memberikan advokasi pencegahan korupsi. Hal tersebut didapat melalui komunikasi dengan awak internal tim juru bicara KPK. Advokasi adalah aksi yang strategis dan terpadu, oleh perorangan atau kelompok masyarakat untuk memasukkan suatu masalah ke dalam agenda kebijakan, dan mengontrol para pengambil keputusan untuk mengupayakan solusi bagi masalah tersebut sekaligus membangun basis dukungan bagi penegakan dan penerapan kebijakan publik yang di buat untuk mengatasi masalah tersebut.

2. METODOLOGI

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah instrument kunci (Sugiyono, 2005).

Penggunaan metodologi kualitatif pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sisi pemberitaan mengenai korupsi dan pencegahannya yang dikelola oleh Humas KPK. Pemberitaan Humas KPK diolah secara langsung dari sumber internal dan dikemas kedalam pelbagai bentuk saluran/*channel* pemberitaan. Berita Humas tersebut setelah dikemas akan disebar ke publik secara *massif* melalui format digital atau link berita.

Pemberitaan seputar penindakan selalu menarik untuk disimak dan mampu mendulang banyak penonton, akan tetapi berita mengenai pencegahan kurang diminati dan jarang menjadi agenda utama publik. Oleh sebab itu, peneliti akan mengkaji sisi pemberitaan dan pengaturan tema berita yang tepat berdasarkan teknis publish pesan atau berita dari Humas KPK dengan implementasi berupa *agenda building*.

3. LANDASAN TEORI

KPK memiliki fungsi dan kewenangan antara lain, monitoring, koordinasi, supervisi, pencegahan, dan penindakan. Dalam konteks penyebaran informasi dan pemberitaan, kewenangan tersebut ada di bagan organisasi Sekretariat Jendral dengan Juru Bicara sebagai Kepala Bagian Hubungan Masyarakat.

KPK mengupayakan relasinya dengan media seefektif mungkin dengan strategi khusus untuk menguasai pemberitaan di media sebagai sumber resmi pemberitaan. Oleh karena itu, ada pola *Agenda Building* yang digulirkan KPK yang salah satunya menjadi fokus dalam penelitian ini adalah advokasi pencegahan korupsi. Teori pembangunan agenda (*Agenda Building*). Sederhananya merupakan agenda yang terpenting dalam mempengaruhi agenda media (misalnya, Berger, 2001; Curtin, 1999). Menurut Teori Pembangunan Media adalah melakukan distribusi serta penerimaan informasi dalam skala besar Advokasi pencegahan korupsi yang dipublikasikan pada Humas KPK distribusinya berasal dari Biro maupun Direktorat yang ada di KPK. Cara pendistribusiannya adalah masing-masing Biro maupun Direktorat tersebut memberikan subsidi informasi (terkait pencegahan korupsi maupun unsur hukum yang terjadi pada kasus korupsi tertentu) kepada Humas KPK untuk diolah kedalam media publikasi. Contoh: kasus kebakaran hutan yang terjadi di Indonesia yang diteliti oleh Direktorat Libang KPK. Kemasan dan Pola komunikasi yang dipublikasikan oleh Humas KPK terkait hal ini, bisa dalam bentuk infografik kerugian negara akibat kebakaran hutan dan ditujukan untuk pendampingan masyarakat terkait pencegahan korupsi pada sektor kehutanan. Kegiatan pembalakan liar di hutan yang dilakukan oleh korporasi tertentu dengan izin ilegal oleh oknum pemerintah dapat mengakibatkan kerugian negara milyaran rupiah.

Agenda media mengangkat isu yang paling penting serta menjadi topik utama pemberitaan publik. Strategi KPK dalam menguasai media sangat erat kaitannya dengan *agenda building*. Pada prinsip kepentingannya KPK akan memanfaatkan pemberitaan sebagai strategi advokasi kepada masyarakat untuk pencegahan korupsi. Implementasi teori *agenda building* juga masuk ke dalam ranah hasil artikel, podcast, hingga pemberitaan yang ada di media sosial.

Terdapat empat teknis analisis data dalam penyajiannya ke dalam agenda building, yaitu: *semiological analysis*, *psychoanalytic criticism*, dan *sociological analysis*. Analisis tersebut menjadikan teori semiotik, psikoanalisis, dan sosiologi sebagai metode analisis media yang disajikan oleh Humas KPK. Perilisan berita yang disajikan oleh Humas KPK juga memperhatikan jangkauan waktu sehingga berita tersebut dapat secara cepat dan tepat menjangkau ke semua mitra media di pelosok nusantara.

Turk (1986) menemukan bahwa rilis berita yang datang dari pejabat informasi publik pemerintah negara bagian di Louisiana meningkatkan arti dari agen-agen negara dalam liputan media berikutnya. Turk dan Franklin (1987) laterextended temuan itu ke pengaturan internasional. Dalam penyelidikan sebelumnya, Hale (1978) menemukan hubungan positif antara lamanya rilis berita dan panjangnya cerita yang dimuat di surat kabar tentang organisasi. Tidak hanya terbatas pada cetak, penelitian juga telah mengungkapkan bahwa rilis berita video dapat memiliki dampak pembangunan agenda yang substansial (Harmon & White, 2001). Pada korelasinya dengan *media relations*, model pemberitaan KPK yang dikelola Humas KPK juga mengedepankan citra dan merespons kepentingan media sebagai kepentingan organisasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model komunikasi yang disampaikan oleh organisasi KPK terdapat dalam berbagai bentuk yaitu; televisi, radio, jurnal, *website*, sosial media, korespondensi, pameran dan lain-lain. Bentuk bentuk dari implementas dari program kerja pelaksana *media relations* pada dasarnya merupakan bagian dari kerja *public relations* organisasi.

Frank Jefkins (2013) menjelaskan tentang variasi media relations sebagai berikut:

a. Media Pers (press)

Media ini tidak hanya terdiri dari berbagai media massa yang terbit di tengah publik, melainkan juga terbitan terbatas seperti buku petunjuk, buku tahunan, atau laporan tahunan organisasi. Produk ini adalah Integrito KPK dan Jurnal KPK.

b. Audio Visual

Terdiri dari rekaman gambar dan suara di *slide* atau video. Produk ini adalah Kanal Youtube dan Kanal *Pod Cast* KPK.

c. Radio

Semua jenis radio baik yang jangkauan siaran lokal, nasional, bahkan hingga internasional. Produk ini adalah Radio Streaming Kanal KPK yang diakses mulai jam 08.00 – 17.00 WIB dari senin hingga jumat.

d. Televisi

Tidak hanya televisi regional maupun nasional, tetapi juga televisi siaran internasional. Televisi berbayar atau jaringan televisi kabel juga termasuk dalam media ini. Juga sistem sistem *teletex* seperti Prestel dan *Ceefax*, perangkat untuk mendapatkan siaran televisi. Produk ini adalah Kanal TV KPK.

f. Pameran (*Exhibiton*)

Pameran yang diadakan secara mandiri maupun menjadi bagian dari pendukung acara pameran merupakan sarana efektif melakukan publikasi kepada media. Produk ini adalah Pameran yang diselenggarakan oleh KPK di giat Hari Antikorupsi Sedunia pada 9 Desember setiap tahunnya.

g. Bahan-bahan cetakan (*printed material*)

Berbagai macam bahan cetakan yang memberikan informasi kegiatan atau produk organisasi, misalnya leaflet, brosur, selebaran, dan sebagainya. Produk ini adalah poster dan cetakan lainnya yang diproduksi oleh KPK langsung,

h. Penerbitan buku khusus (*sponsored books*)

penerbitan buku sebagai pendukung dari jasa atau produk perusahaan, misalnya, produk sisi menerbitkan buku komik yang berisi ajakan antikorupsi. Produk ini adalah buku-buku antikorupsi yang dapat diakses di website ACCH KPK.

i. Surat langsung (*direct mail*)

Media penyampai pesan yang ditujukan langsung kepada perorangan atau lembaga dan bisa juga dipajang di duatu tempat umum yang bisa dijangkau publik. Lazim digunakan untuk media ini untuk menghimbau kepada lapisan masyarakat dan juga organisasi Pemerintah lainnya untuk menghindari praktik-praktik korupsi. Produk ini adalah surat edaran dari KPK resmi untuk Instansi dan Pemerintah Daerah dalam mencegah korupsi.

j. Pesan-pesan lisan (*spoken word*)

Penyampaian pesan yang dilakukan secara langsung atau tatap muka dan biasanya dilakukan dalam sebuah acara tertentu seperti jamuan makan, pembicaraan telephone atau seminar. Hal ini disampaikan dalam forum tatap muka langsung antara pimpinan dan masyarakat atau dengan pihak media.

k. Pemberian sponsor (*sponsorship*)

Penyediaan dana atau dukungan tertentu atas penyelenggaraan kegiatan seni, olahraga, beasiswa pendidikan, sumbangan awal, operasi massal, dan sebagainya. Dalam hal ini Humas KPK sebagai *media partner* dalam kegiatan-kegiatan tersebut.

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dinyatakan valid jika tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan fakta yang sesungguhnya terjadi. Kebenaran data dalam penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal karena bergantung pada proses mental yang dilalui individu. Penilaian kesahihan riset kualitatif biasanya terjadi sewaktu proses pengumpulan data dan analisisinterpretasi data (Kriyantono, 2006). Metode pengujian data dalam penelitian ini adalah *tringualisasi* sumber. *Triangulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Bachri, 2010).

Relevansi *Agenda Building* dengan penelitian ini tertuang contoh kasusnya adalah ketika Wakil Ketua KPK Bambang Widjojanto pada awal tahun 2015 ditangkap pihak Kepolisian Republik Indonesia. Saat itu tersiar kabar Bareskrim Polri menangkap Bambang Widjojanto di rumahnya dengan dakwaan pasal mengarahkan saksi memberikan keterangan palsu pada sengketa Pilkada Kota Waringin Barat, Kalimantan Tengah, di Mahkamah Konstitusi pada tahun 2010 silam. Selang beberapa menit berita menyebar melalui online, berikut beberapa *link* berita tersebut;

1. https://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2015/01/150123_bambang_widjojanto
2. <http://bali.tribunnews.com/topic/polisi-tangkap-wakil-ketua-kpk>
3. <https://www.voaindonesia.com/a/polisi-tangkap-wakil-ketua-kpk-bambang-widjojanto/2610276.html>
4. <https://nasional.tempo.co/read/636991/ronologi-penangkapan-bambang-widjojanto>

Setelah mengetahui pemberitaan online yang tersebar dengan cepat, puluhan hingga ratusan masyarakat berbondong-bondong datang ke gedung KPK untuk memberikan dukungan dan kejadian ini berlangsung hingga berhari-hari kemudian. Juru Bicara KPK saat itu Johan Budi, setiap jam memberikan *update*

mengenai kondisi terkini di media. Bahkan Presiden Joko Widodo memangil Ketua KPK Abraham Samad dan Kapolri untuk sama-sama menjaga situasi kondusif dan jangan saling bergesekan. Dari kejadian tersebut menunjukkan bahwa *Agenda Building* dan relasi media di era online juga mempengaruhi agenda utama publik.

Dari kasus tersebut diatas selama proses yang bersamaan KPK juga dihadapkan dengan proses pra peradilan kasus korupsi oleh tersangka Budi Gunawan. Melalui media KPK yang dikelola Humas, KPK memberikan advokasi kepada masyarakat mengenai pentingnya upaya-upaya cegah korupsi melalui pengendalian gratifikasi agar terhindar seperti kasus Budi Gunawan. Melalui majalah Integrito KPK memuat judul berupa “Bertahan Dihempas Badai” (2015) : “Sepanjang Januari-Juni 2015, adalah masa-masa paling berat sepanjang perjalanan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) berdiri. Dua pimpinan dinonaktifkan, program kerja tak bisa berjalan normal, para tersangka pun ramai ‘menggugat’ lewat praperadilan. Kumpulan testimoni berikut berusaha menguak masa-masa sulit itu, sekaligus menarik pelajaran bagi seluruh insan KPK di masa mendatang”.

Pada korelasinya dengan *media relations*, model pemberitaan KPK yang dikelola Humas KPK juga mengedapankan citra dan merespons kepentingan media sebagai kepentingan organisasi. Philip Lesly memberikan definisi *media relations* sebagai hubungan dengan media untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap kepentingan organisasi. Sehingga dapat disimpulkan pengertian *media relations* adalah relasi yang dibangun dan dikembangkan dengan media untuk menjangkau publik guna meningkatkan pencitraan, kepercayaan, dan tercapainya tujuan-tujuan organisasi. Perkembangan pemberitaan yang diolah KPK dalam hal ini Humas KPK menempatkan pekerjaan seperti seorang Juru Bicara KPK sebagai pihak yang paling dekat dan sentral terhadap *media relation*, Juru Bicara berperan sebagai gawang dan mengontrol Informasi yang keluar dari KPK. Oleh sebab itu, model-model penyampaian berita yang disampaikan oleh Juru Bicara KPK harus terstruktur dan kategori berita pencegahan korupsi perlu lebih sering digaungkan sehingga advokasi terkait

pencegahan korupsi oleh KPK akan sampai secara luas ke masyarakat melalui media.

Terkait fungsi *media relations* terhadap model penyampaian advokasi pencegahan korupsi di media milik KPK adalah sebagai berikut;

- a. Pertama, fungsi *media relations* dapat meningkatkan citra organisasi KPK;
- b. Meningkatkan kepercayaan publik terhadap KPK;
- c. Meningkatkan *point of selling* dari berita yang disajikan oleh KPK; dan
- d. Membantu organisasi KPK keluar dari komunikasi krisis.

Kepala Humas KPK dalam hal ini Juru Bicara dalam menjalankan fungsi PR dengan menggunakan *media relations* sebagai strategi adalah keputusan yang tepat karena maju mundurnya organisasi sangat bergantung dengan harmonisasi hubungan antara pers dengan organisasi.

5. KESIMPULAN

Pada dasarnya, upaya membangun *media relations* bertujuan untuk;

- a. Menjaga netralitas dan objektivitas terhadap informasi atau data yang berkembang di media massa. Adanya hubungan baik dengan media, diharapkan dapat membantu dalam menginformasikan berita yang wajar, berimbang dan menguntungkan perusahaan atau organisasi yang terkait.
- b. Mendapatkan sarana yang tepat untuk kepentingan publikasi seluas mungkin tentang kegiatan serta kebijakan yang diambil perusahaan yang dianggap baik untuk diketahui publik.
- c. Tidak dipungkiri, hadirnya hubungan media yang baik akan melahirkan umpanbalik dan respons dari publik sebagai data rujukan atau landasan dalam melakukan evaluasi.
- d. Selanjutnya tujuan hubungan dengan media untuk menumbuhkan kepercayaan sehingga dapat melahirkan hubungan yang baik secara berkesinambungan antara perusahaan dan pers.

Model komunikasi yang disampaikan oleh organisasi KPK terdapat dalam berbagai bentuk yaitu; televisi, radio, jurnal, *website*, sosial media, korespondensi, pameran dan lain-lain. Bentuk bentuk dari implementas dari program kerja pelaksana *media relations* pada dasarnya merupakan bagian dari kerja *public relations* organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amukowa, W., & Gunga, P. S. O. (2013). *The Role of Anti-Corruption Education in the Light of Aristotelian Concept of Akrasia: An Epistemic Inquiry into the Anti-corruption Initiatives in Kenya. Mediteranean Journal of Social Science*, 4(4), 353–368.
- Ardianto, Elvirano, Lukiat Komala, dan Siti Karlinah. (2015). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bachri, B. S. (2010). *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. *Jurnal Teknologi Pendidikan* Vol 10 No 1, 46-62.
- Berger, Arthur Asa. (2000). *Media Analysis Techniques (Teknik-Teknik Analisis Media) Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbitan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Botnev, V., Gorlanov, G., Illarionova, T., Kirichenko, A., Koroteeva, O., & Nasriddinov, T. (2014). *Anti-Corruption Policy in Education. Published Papers at Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration*.
- Brown, H. Douglas. (2008). *Prinsip Pembelajaran dan Pengajaran Bahasa*. Jakarta: Kedubes Amerika Serikat.
- Cangara, Hafied. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cohen, Bernard C. 1969. *The Press and Foreign Policy*, 3th ed , New Jersey : Princeton University Press.
- Darmadi, Tamara Septiani. (2017). *Pengaruh agenda building media Perancis Le Monde untuk membentuk agenda politik terhadap masyarakat dan Pemerintah Perancis mengenai pengungsi di Calais*, <http://repository.unpar.ac.id>. Bandung: Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik – UNPAR: 06-38
- Effendy, Onong Uchjana, (1986). *Dimensi Dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumnus.
- Githonga, Purity Kithuru. (2016). *Combating Corruption and Unethical Conduct through Education. The International Journal Of Humanities & Social Studies Vol 4 Issue 4: 30-34*.
- Hennik, Monique, Inge Hutter, and Ajay Bailey. (2011). *Qualitative Research Methods*. Los Angeles: Sage.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. USA: Sage Publication.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of Human Communication Tenth Edition*. Illinois: Waveland Press.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication Eleventh Edition*. Illinois: Waveland Press.
- McCombs, Maxwell dan Shaw, Donald L. 1993. “The Evolution of Agenda Building Research: Twenty-Five Years in The Marketplace Idea”. *Journal of Communication*, hal 58-67
- _____, Maxwell dan Shaw, Donald L. 1992., dalam Severin, Werner J dan Tackard , James W. Jr, *Communication Theories : Origins, Method, and Uses in Mass Media*. Third Edition. New York and London : Longman Publishing Group
- _____, Maxwell. 1981. “The Agenda Building Approach”, dalam Dan Nimmo dan Keit E.Sanders, *Handbook of Political Communication*, Beverly Hill, London : Sage Publication.
- McQuails, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba. Morissan.
- (2014). *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa (Edisi Pertama)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Oyamada, E. (2015). *Anti-corruption Measures the Japanese Way: Prevention Matters. Asian Education and Development Studies*, 4(1), 24–50.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.