SEKRETARIAT JENDERAL
MAJELIS PERMUSYAWARATAN RAKYAT
REPUBLIK INDONESIA

SURVEI NASIONAL EFEKTIVITAS SOSIALISASI

EMPAT PILAR MPR RI

2022

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....

DAFTAR GAMBAR v

DAFTAR TABEL xi

BAB I PENDAHULUAN 12

1.1 Latar Belakang 12

1.2 Tujuan Dan Manfaat 14

1.3 Jadwal Pelaksanaan (*timeline*) 14

1.4 Tim Pelaksana Survei 16

1.5 Dasar Hukum 18

1.6 Survei Penyelenggaraan Sosialisasi Sebelumnya 18

1.6.1 Survei Nasional Efektivitas Pelaksanaan Sosialisasi Empat Pilar dan Ketetapan MPR RI (2018) 19

1.6.2 Survei Nasional Efektivitas Pelaksanaan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI (2020) 20

BAB 2 KERANGKA TEORI 24

2.1 Empat Pilar MPR RI 24

2.1.1 Pancasila 25

2.1.2 Undang-Undang NKRI Tahun 1945 30

2.1.3 NEGARA KESATUAN REPUBLIK INDONESIA 32

2.1.4 Bhinneka Tunggal Ika 34

2.2 Komunikasi 35

2.2.1 Fungsi dan Tujuan Komunikasi 35

2.2.2 Jenis dan Gaya Komunikasi 37
2.2.3 Proses Komunikasi 40
2.2.4 Hambatan Komunikasi 42
2.3 Sosialisasi 44
2.4 Generasi 45
2.5 Statistik 49
2.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 50
BAB 3 METODOLOGI SURVEI 52
3.1 Alur Pelaksanaan Survei 52
3.2 Variabel Survei 58
3.3 Teknik *Sampling* dan Penentuan Jumlah Sampel 61
3.4 Teknik Pengumpulan Data 62
3.5 Teknik Analisis Data 65
BAB 4 TEMUAN DAN ANALISIS SURVEI 67
4.1 Demografi Responden 67
4.1.1 Lokasi Pengambilan Sampel 67
4.1.2 Jenjang Pendidikan Terakhir Responden 69
4.1.3 Jenis Kelamin Responden 70
4.1.4 Rentang Usia Responden 71
4.1.5 Jenis Sosialisasi Empat Pilar MPR RI yang Diikuti Responden 72
4.1.6 Frekuensi Partisipasi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 73
4.2 Temuan Efektivitas materi sosialisasi empat pilar MPR RI 74
4.2.1 Temuan Desain Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 74

4.2.2 Pemetaan Desain Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 77

4.2.3 Relevansi materi sosialisasi Empat Pilar MPR RI (deskriptif) 86

4.2.4 Pemetaan Relevansi Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 88

4.2.5 Analisis efektivitas materi sosialisasi Empat Pilar MPR RI 101

4.3 Temuan Efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....106

4.3.1 Temuan Efektivitas Deliverables Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....106

4.3.2 Pemetaan Efektivitas Deliverables Sosialisasi Empat Pilar MPR RI...109

4.3.3 Temuan Efektivitas Kompetensi Narasumber/Pemateri Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....118

4.3.4 Pemetaan Efektivitas Kompetensi Narasumber/Pemateri Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....120

4.3.5 Analisis Efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....129

4.4 Temuan Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 132

4.4.1 Pemetaan Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 135

4.4.2 Analisis Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 144

4.5 Permasalahan dan Saran Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 147

4.5.1 Permasalahan Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....147

4.5.2 Saran Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....151

4.6 Preferensi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 156

4.6.1 Preferensi Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 156

4.6.2 Pemetaan Preferensi Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....158

4.6.3 Preferensi metode sosialisasi 162

4.6.4 Pemetaan Preferensi Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....164

4.6.5 Preferensi Durasi Penyampaian Sosialisasi.....168

4.6.6 Pemetaan Preferensi Durasi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 169

4.6.7 Analisis Preferensi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 175

BAB 5 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....179

5.1 Kesimpulan 179

5.2 Rekomendasi Perbaikan Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke Depan 183

BAB 6 PENUTUP.....188

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur tim pelaksana.....16
Gambar 2. Proses komunikasi 40
Gambar 3. Metodologi survei.....52
Gambar 4. Alur pelaksanaan survei.....55
Gambar 5. Variabel penelitian.....60
Gambar 6. Istilah penting dalam teknik sampling 62
Gambar 7. Teknik pengumpulan data 63
Gambar 8. Teknik analisis data.....65
Gambar 9. Lokasi pengambilan sampel.....67
Gambar 10. Pendidikan terakhir responden 69
Gambar 11. Jenis kelamin responden 70
Gambar 12. Rentang usia responden 71
Gambar 13. Jenis sosialisasi yang pernah diikuti responden.....72
Gambar 14. Frekuensi responden mengikuti kegiatan sosialisasi 73
Gambar 15. Persepsi Responden Terhadap Tampilan Materi/Bahan Tayang Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....75
Gambar 16. Persepsi Reponden Mengenai Kemudahan Membaca dan Memahami Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 76
Gambar 17. Pemetaan Persepsi Tampilan Materi/Bahan Tayang Sosialisasi Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....77
Gambar 18. Pemetaan Persepsi Tampilan Materi/Bahan Tayang Sosialisasi Berdasarkan Jenis Kelamin 78
Gambar 19. Pemetaan Persepsi Tampilan Materi/Bahan Tayang Sosialisasi Berdasarkan Rentang Usia.....79
Gambar 20. Pemetaan Persepsi Tampilan Materi/Bahan Tayang Sosialisasi Berdasarkan Partisipasi Sosialisasi 81

Gambar 21. Pemetaan Persepsi Kemudahan Membaca dan Memahami Materi Berdasarkan Pendidikan Terakhir 82
Gambar 22. Pemetaan Persepsi Kemudahan Membaca dan Memahami Materi Berdasarkan Jenis Kelamin 83
Gambar 23. Pemetaan Persepsi Kemudahan Membaca dan Memahami Materi Berdasarkan Rentang Usia 84
Gambar 24. Pemetaan Persepsi Kemudahan Membaca dan Memahami Materi Berdasarkan Frekuensi Sosialisasi 85
Gambar 25. Persepsi Responden Terhadap Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Kondisi Bermasyarakat 86
Gambar 26. Persepsi Responden Terhadap Pemberian Contoh Nyata dan Jelas dalam Materi/Bahan Tayang 87
Gambar 27. Persepsi Responden Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Tema Sosialisasi 88
Gambar 28. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Kondisi Bermasyarakat Berdasarkan Pendidikan Terakhir 89
Gambar 29. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Kondisi Bermasyarakat Berdasarkan Jenis Kelamin 90
Gambar 30. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Kondisi Bermasyarakat Berdasarkan Rentang Usia 91
Gambar 31. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Kondisi Bermasyarakat Berdasarkan Frekuensi Sosialisasi 92
Gambar 32. Pemetaan Persepsi Pemberian Contoh Nyata dan Jelas Berdasarkan Pendidikan Terakhir 93
Gambar 33. Pemetaan Persepsi Pemberian Contoh Nyata dan Jelas Berdasarkan Jenis Kelamin 94
Gambar 34. Pemetaan Persepsi Pemberian Contoh Nyata dan Jelas Berdasarkan Rentang Usia 95

Gambar 35. Pemetaan Persepsi Pemberian Contoh Nyata dan Jelas Berdasarkan Frekuensi Partisipasi 96
Gambar 36. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Tema Sosialisasi Berdasarkan Pendidikan Terakhir 97
Gambar 37. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Tema Sosialisasi Berdasarkan Jenis Kelamin 98
Gambar 38. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Tema Sosialisasi Berdasarkan Rentang Usia 99
Gambar 39. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Tema Sosialisasi Berdasarkan Frekuensi Partisipasi 100
Gambar 40. Analisis Efektivitas Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Butir Pertanyaan Kuesioner 102
Gambar 41. Persepsi Responden Terhadap Penyampaian Materi Dengan Jelas dan Mudah Dipahami 107
Gambar 42. Persepsi Responden Terhadap Kesempatan Berdiskusi dan Berdialog 108
Gambar 43. Pemetaan Persepsi Terhadap Penyampaian Materi Dengan Jelas dan Mudah Dipahami Berdasarkan Pendidikan Terakhir 109
Gambar 44. Pemetaan Persepsi Terhadap Penyampaian Materi Dengan Jelas dan Mudah Dipahami Berdasarkan Jenis Kelamin 110
Gambar 45. Pemetaan Persepsi Terhadap Penyampaian Materi Dengan Jelas dan Mudah Dipahami Berdasarkan Rentang Usia 111
Gambar 46. Pemetaan Persepsi Terhadap Penyampaian Materi Dengan Jelas dan Mudah Dipahami Berdasarkan Frekuensi Partisipasi 113
Gambar 47. Pemetaan Persepsi Terhadap Kesempatan Berdiskusi atau Berdialog Berdasarkan Pendidikan Terakhir 114
Gambar 48. Pemetaan Persepsi Terhadap Kesempatan Berdiskusi atau Berdialog Berdasarkan Jenis Kelamin 115

Gambar 49.Pemetaan Persepsi Terhadap Kesempatan Berdiskusi atau Berdialog Berdasarkan Rentang Usia.....116
Gambar 50. Pemetaan Persepsi Terhadap Kesempatan Berdiskusi atau Berdialog Berdasarkan Frekuensi Partisipasi.....117
Gambar 51. Persepsi Responden Terhadap Penguasaan Materi Narasumber/Pemateri 119
Gambar 52. Persepsi Responden Terhadap Narasumber/Pemateri dalam Kemampuan Menjawab Pertanyaan 120
Gambar 53. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Penguasaan Materi Narasumber/Pemateri Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....121
Gambar 54. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Penguasaan Materi Narasumber/Pemateri Berdasarkan Jenis Kelamin 122
Gambar 55. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Penguasaan Materi Narasumber/Pemateri Berdasarkan Rentang Usia.....123
Gambar 56. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Penguasaan Materi Narasumber/Pemateri Berdasarkan Frekuensi Partisipasi.....124
Gambar 57. Pemetaan Persepsi Responden Kemampuan Narasumber/Pemateri dalam Menjawab Pertanyaan Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....125
Gambar 58. Pemetaan Persepsi Responden Kemampuan Narasumber/Pemateri dalam Menjawab Pertanyaan Berdasarkan Jenis Kelamin 126
Gambar 59. Pemetaan Persepsi Responden Kemampuan Narasumber/Pemateri dalam Menjawab Pertanyaan Berdasarkan Rentang Usia 127
Gambar 60. Pemetaan Persepsi Responden Kemampuan Narasumber/Pemateri dalam Menjawab Pertanyaan Berdasarkan Frekuensi Sosialisasi 128
Gambar 61. Analisis Efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Butir Pertanyaan Kuesioner.....129
Gambar 62. Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses Lokasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 134

Gambar 63. Persepsi Responden Terhadap Ketersediaan dan Kelayakan Sarana dan Prasarana.....135
Gambar 64. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses Lokasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Pendidikan Terakhir136
Gambar 65. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses Lokasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Jenis Kelamin.....137
Gambar 66. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses Lokasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Rentang Usia 138
Gambar 67. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses Lokasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Frekuensi Partisipasi 139
Gambar 68. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Ketersediaan dan Kelayakan Sarana dan Prasarana Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....140
Gambar 69. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Ketersediaan dan Kelayakan Sarana dan Prasarana Berdasarkan Jenis Kelamin 141
Gambar 70. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Ketersediaan dan Kelayakan Sarana dan Prasarana Berdasarkan Rentang Usia.....142
Gambar 71. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Ketersediaan dan Kelayakan Sarana dan Prasarana Berdasarkan Frekuensi Partisipasi 143
Gambar 72. Analisis Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Butir Pertanyaan Kuesioner.....145
Gambar 73.Preferensi Pembaharuan Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 157
Gambar 74. Preferensi Alternatif Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....157
Gambar 75. Pemetaan Preferensi Alternatif Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....158
Gambar 76. Pemetaan Preferensi Alternatif Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Jenis Kelamiin 160

Gambar 77. Pemetaan Preferensi Alternatif Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Rentang Usia.....161
Gambar 78. Preferensi Pemutakhiran Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.....162
Gambar 79. Preferensi Alternatif Media Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 163
Gambar 80. Preferensi Penggunaan Media Sosial Responden.....164
Gambar 81. Pemetaan Preferensi Penggunaan Media Sosial Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....165
Gambar 82. Pemetaan Preferensi Penggunaan Media Sosial Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 166
Gambar 83. Pemetaan Preferensi Penggunaan Media Sosial Responden Berdasarkan Rentang Usia.....167
Gambar 84. Preferensi Durasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 169
Gambar 85. Pemetaan Preferensi Durasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....170
Gambar 86. Pemetaan Preferensi Durasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Jenis Kelamin 171
Gambar 87. Pemetaan Preferensi Durasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Rentang Usia.....172
Gambar 88. Pemetaan Preferensi Durasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Frekuensi Partisipasi.....174

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Survei 15
Tabel 2. Subdimensi dan Butir Pertanyaan Efektivitas Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 74
Tabel 3. Analisis Efektivitas Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Demografi Responden 104
Tabel 4. Subdimensi dan Butir Pertanyaan Efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 106
Tabel 5. Analisis Efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Demografi Responden 132
Tabel 6. Subdimensi dan Butir Pertanyaan Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 133
Tabel 7. Analisis Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Demografi Responden 146
Tabel 8. Preferensi Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 175
Tabel 9. Preferensi Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 176
Tabel 10. Preferensi Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI 177

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi yang didorong perkembangan teknologi mempengaruhi kehidupan sosial sebuah bangsa. Setiap perkembangan membawa pengaruh dan dampak, baik positif maupun negatif. Dipandang dari sisi positif, teknologi menciptakan peluang baru dari sisi ekonomi, sosial maupun politik. Pemanfaatan dan adaptasi teknologi yang baik dapat mendorong peningkatan ekonomi sebuah bangsa, namun juga memengaruhi kehidupan sosial secara masif. Disisi lain, perkembangan teknologi juga dapat mengikis budaya, karakter dan nilai-nilai yang dianut masyarakat di berbagai negara, termasuk Indonesia.

Indonesia memiliki prasyarat minimal untuk berdiri kukuh meraih kemajuan berlandaskan karakter kepribadian bangsa Indonesia. Setiap penyelenggara negara dan segenap warga negara Indonesia harus memiliki keyakinan bahwa itulah prinsip-prinsip moral ke Indonesian yang membantu tercapainya perikehidupan bangsa yang merdeka, bersatu, berdaulat adil dan makmur. Prasyarat yang dimaksud adalah Empat Pilar, meliputi Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI Tahun 1945), Negara Kesatuan Republik Indonesia dan Bhinneka Tunggal Ika.

Implementasi Empat Pilar merupakan upaya yang perlu dilakukan secara sadar oleh penyelenggara pemerintahan, baik Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah. Keduanya memiliki tanggung jawab yang sama untuk melaksanakan nilai-nilai yang terkandung dalam empat pilar tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dalam negara yang berasaskan kekeluargaan, para penyelenggara negara wajib memelihara budi pekerti kemanusiaan yang luhur dan memegang teguh cita-cita moral rakyat yang luhur.

Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia (MPR RI) sebagai representatif seluruh rakyat Indonesia memiliki tanggung jawab mengukuhkan pilar fundamental kehidupan berbangsa dan bernegara, sesuai dengan mandat konstitusional yang diemban. Berdasarkan Undang - Undang Nomor 17 Tahun 2014 tentang Majelis Permusyawaratan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (MD3), memiliki tugas dan wewenang. Salah satu tugas Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia (MPR RI) adalah memasyarakatkan Empat Pilar MPR RI.

Pemasyarakatan Empat Pilar MPR RI dilakukan melalui kegiatan sosialisasi yang diselenggarakan dalam lingkup nasional. Sosialisasi bertujuan untuk membangun kesadaran, meningkatkan pemahaman hingga mendorong pengamalan Empat Pilar MPR RI. Agar sosialisasi berjalan efektif, MPR RI menggunakan berbagai pendekatan baik melalui ceramah, diskusi kelompok/*outbound*, kemah Empat Pilar dan Pendidikan kebangsaan/Bela Negara. Upaya lain dalam meningkatkan efektivitas penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI adalah dengan peningkatan kualitas penyelenggaraan secara berkesinambungan *(continuous improvement)*.

Perbaikan berkesinambungan dapat dilakukan dengan optimal melalui berbagai upaya, salah satunya adalah evaluasi penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Evaluasi merupakan mekanisme untuk mengetahui capaian dari target yang telah ditetapkan. Dalam konteks Sosialisasi Empat Pilar MPR RI, mekanisme evaluasi diselenggarakan melalui survei efektivitas Sosialisasi Empat Pilar MPR RI untuk mengetahui persepsi *stakeholders* mengenai penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Hasil evaluasi diharapkan dapat menjadi masukan strategis penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke depan.

1.2 Tujuan Dan Manfaat

Pelaksanaan survei bertujuan untuk melihat sejauh mana efektivitas penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI dan mengetahui ekspektasi terkait pelaksanaan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke depan. Manfaat yang diberikan dari pelaksanaan survei, meliputi:

1. Mengetahui persepsi peserta mengenai materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI
2. Mengetahui persepsi peserta mengenai metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI
3. Mengetahui persepsi peserta mengenai manfaat Sosialisasi Empat Pilar MPR RI
4. Mengetahui persepsi peserta mengenai sarana dan prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI
5. Mengetahui preferensi peserta mengenai penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke depan

1.3 Jadwal Pelaksanaan (*timeline*)

Jadwal pelaksanaan survei merupakan bagian dari perencanaan waktu penyelenggaraan Efektivitas Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Penyelenggaraan survei dimulai pada bulan Oktober 2022 dan berakhir pada bulan Desember 2022. Lebih rinci mengenai jadwal pelaksanaan survei dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Survei

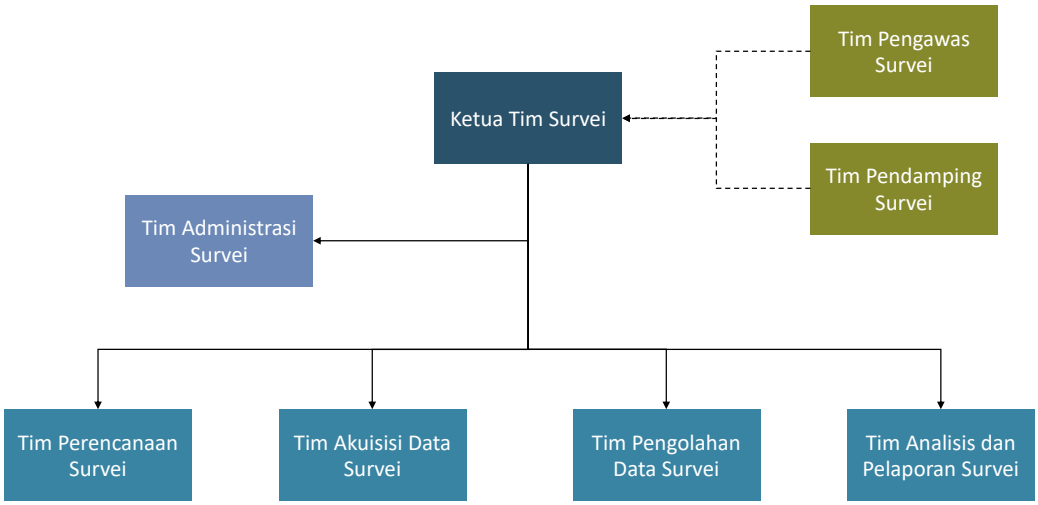
Kegiatan	Satuan Waktu (Minggu)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I. PERENCANAAN SURVEI										
Penyusunan desain survei										
Penyusunan Tim Pelaksana Survei										
II. PENGUMPULAN DATA										
Project briefing Koordinator Wilayah										
Pelaksanaan akuisisi data *daring*										
FGD peserta sosialisasi										
Wawancara mendalam: Pimpinan MPR RI, Alat Kelengkapan dan Sekretariat Jenderal MPR RI										
III. PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA										
Kompilasi dan *data cleaning*										
Kodifikasi hasil FGD dan wawancara mendalam										
Integrasi dan pengolahan statistik										
IV. ANALISIS DATA										
Interpretasi hasil pengolahan data										
V. KESIMPULAN DAN PELAPORAN										
Penarikan kesimpulan survei										
Penulisan laporan hasil survei										
Presentasi hasil survei										
Serah terima hasil survei										

Berdasarkan tabel di atas, perencanaan jadwal dibagi berdasarkan metodologi survei. Tahap perencanaan merupakan tahapan pertama direncanakan mulai pada minggu ke-1. Tahap pengumpulan data direncanakan mulai pada minggu ke-2 sampai dengan minggu ke-5. Tahapan tersebut merupakan tahapan dengan jangka waktu terpanjang dalam pelaksanaan survei. Tahapan pengolahan dan analisis data dimulai pada minggu ke-6 sampai dengan minggu ke-7. Analisis data dimulai pada minggu ke-7 sampai dengan minggu ke-8.

Tahapan kesimpulan dan pelaporan dimulai pada minggu ke-9 dan diproyeksikan selesai pada minggu ke-10.

1.4 Tim Pelaksana Survei

Tim Pelaksana Survei adalah tim yang dibentuk untuk menyelenggarakan Survei Efektivitas Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Pembentukan tim sebagai mekanisme integrasi antara Tim Pelaksana Survei dengan Sekretariat Jenderal MPR RI untuk memastikan pembagian wewenang dan tanggung jawab yang jelas sehingga survei dapat berjalan efektif dan efisien. Berikut Struktur Tim Pelaksana Survei Efektivitas Sosialisasi MPR RI.



Gambar 1. Struktur Tim Pelaksana

Pelaksanaan survei Efektivitas Sosialisasi MPR RI dipimpin oleh Ketua Tim Survei yang bertanggung jawab terhadap kinerja Tim Perencanaan Survei, Tim Akuisisi Survei, Tim Pengolahan Data Survei serta Tim Analisis dan Pelaporan Survei. Selain itu Ketua Tim Survei juga melakukan supervisi kepada Tim Administrasi Survei. Mekanisme kontrol dalam penyelenggaraan survei dilaksanakan oleh Tim Pengawas Survei dan Tim Pendamping Survei sebagai perpanjangan tangan Sekretariat Jenderal Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia (Sekretariat Jenderal MPR RI) selama proses survei berlangsung. Berikut

penjabaran lebih rinci mengenai tugas dari masing-masing tim yang terlibat dalam penyelenggaraan survei.

1. **Ketua Tim Survei** bertugas untuk merancang desain survei; melakukan supervisi selama proses survei; melaporkan perkembangan survei kepada Tim Pengawas dan Tim Pendamping Survei; melakukan kontrol kualitas di setiap tahapan survei; dan menyampaikan laporan akhir survei.
2. **Tim Administrasi** bertugas pengelolaan administrasi survei meliputi penyiapan berkas administrasi yang diperlukan, pengarsipan administrasi serta berkoordinasi dengan pengadministrasi dari pihak Sekretariat Jenderal MPR RI.
3. **Tim Perencanaan Survei** bertugas membantu perumusan desain survei; menyusun rencana kerja survei dan melaporkan hasil perencanaan survei kepada Ketua Tim Survei.
4. **Tim Akuisisi Data** bertugas untuk pengambilan data survei berdasarkan metode yang telah ditentukan; melakukan *input* data sekunder; dan melaporkan hasil akuisisi data kepada Ketua Tim Survei.
5. **Tim Pengolahan Data** memiliki tugas untuk melakukan kodifikasi data survei; memproses data hasil survei dengan metode yang sudah ditetapkan; dan melaporkan hasil pengolahan data kepada Ketua Tim Survei.
6. **Tim Analisis dan Pelaporan Survei** melakukan analisis statistik berdasarkan metode analisis yang telah ditentukan; menyusun laporan akhir dan ringkasan eksekutif survei; dan melaporkan hasil analisis serta laporan survei kepada Ketua Tim Survei.
7. **Tim Pengawas Survei** bertugas mengontrol jalannya survei berdasarkan tahapan-tahapan yang telah ditetapkan dan memastikan tahapan-tahapan survei dilaksanakan dengan efektif dan efisien.

8. **Tim Pendamping Survei** bertugas memberikan informasi yang dibutuhkan selama penyelenggaraan survei dan memberikan koreksi yang diperlukan.

1.5 Dasar Hukum

Dasar hukum merupakan landasan regulasi yang menjadi dasar pelaksanaan Survei Efektivitas Sosialisasi MPR RI.

1. Undang - Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (Risalah Rapat Paripurna ke-5 Sidang Tahunan MPR Tahun 2002 sebagai Naskah Perbantuan dan Kompilasi Tanpa Ada Opini);
2. Undang - Undang Nomor 17 Tahun 2014 tentang Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia, Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Republik Indonesia (MD3);
3. Peraturan Presiden Nomor 45 Tahun 2019 tentang Sekretariat Jenderal MPR RI; dan
4. Peraturan Sekretaris Jenderal Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Sekretaris Jenderal Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia.

1.6 Survei Penyelenggaraan Sosialisasi Sebelumnya

Survei terkait penyelenggaraan Sosialisasi MPR RI sebelumnya telah dilaksanakan dua kali. Pertama pada tahun 2018 yaitu Survei Nasional Efektivitas Pelaksanaan Sosialisasi Empat Pilar dan Ketetapan MPR RI. Kedua pada tahun 2020 yaitu Survei Nasional Efektivitas Pelaksanaan Sosialisasi Empat

Pilar MPR RI. Masing-masing hasil dari survei tersebut akan dijabarkan sebagai berikut.

1.6.1 Survei Nasional Efektivitas Pelaksanaan Sosialisasi Empat Pilar dan Ketetapan MPR RI (2018)

Survei ini bertujuan untuk mengetahui jangkauan informasi yang disampaikan melalui program Sosialisasi Empat Pilar MPR RI dan mengetahui persepsi masyarakat tentang Empat Pilar MPR RI. Berdasarkan hasil survei, berikut jangkauan informasi program Sosialisasi Empat Pilar MPR RI:

1. Sebanyak 32,8% masyarakat secara nasional telah terpapar Sosialisasi Empat Pilar MPR RI (87 juta jiwa yang mengetahui bahwa MPR RI melakukan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI)
2. Sebaran 32,8% terdiri dari 57,5% di wilayah perkotaan dan 42,5% di wilayah pedesaan
3. Tingkat pengetahuan masyarakat terhadap Empat Pilar MPR RI sebesar 23% (2011) menjadi 32,8% (2018) dengan peningkatan jumlah masyarakat terpapar hampir sekitar 24 juta orang.
4. Kegiatan sosialisasi yang dianggap efektif adalah yang dilakukan melalui televisi sebesar 74,2% dan seminar sebesar 71%.
5. Kegiatan sosialisasi yang dianggap efektif adalah yang dilakukan oleh Pimpinan sebesar 71%, Anggota 69,8% dan Pimpinan Badan sebesar 66,7%.
6. Sebesar 70,3% responden menyatakan materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI mudah dipahami
7. Sebesar 65,1% responden menyatakan mengalami perubahan padangan dan sikap, sementara 34,9% mengaku tidak ada perubahan.

Tujuan kedua yaitu persepsi masyarakat mengenai Sosialisasi Empat Pilar MPR RI dengan temuan sebagai berikut:

1. Persepsi masyarakat mengenai Pancasila menunjukkan kesadaran dan persepsi masyarakat terkait Pancasila serta sikap dan perilaku mereka yang sesuai dan mencerminkan nilai-nilai Pancasila cukup tinggi. Sebanyak 99,8% publik menganggap Pancasila sudah sesuai dan cocok dijadikan sebagai dasar dan ideologi Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sebanyak 99,5% publik menganggap Pancasila sudah tepat menjadi ideologi pemersatu bangsa yang majemuk. Sebanyak 99,4% publik menilai Pancasila masih cocok bagi bangsa Indonesia sebagai dasar bertindak dalam kehidupan sehari-hari.
2. Persepsi masyarakat mengenai perlakuan terhadap Pancasila meliputi keharusan menghafal (32,4% sangat setuju dan 66,6% setuju), kewajiban memahami makna sila Pancasila (30,3% sangat setuju dan 69,3% setuju), kewajiban mengamalkan Pancasila dalam kehidupan sehari-hari (30,8% sangat setuju dan 68,7% setuju), dan kewajiban mempertahankan Pancasila sebagai ideologi negara (25,9% sangat setuju dan 73,7% setuju).
3. Persepsi masyarakat mengenai pelaksanaan nilai-nilai Pancasila. Secara umum, dapat disimpulkan bahwa pada tataran perilaku mulai dari sila pertama hingga sila keempat, responden menunjukkan sesuatu hal yang positif. Dari perolehan nilai rata- rata lima sila, dihasilkan perilaku umum publik atas uji pernyataan terkait Pancasila dimana yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16,22%, dan setuju 73,22%. Artinya, jika masing-masing skala digabungkan, maka rata-rata tingkat kesesuaian perilaku responden dengan inti sari nilai-nilai Pancasila mencapai 89,44%.

1.6.2 Survei Nasional Efektivitas Pelaksanaan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI (2020)

Survei ini bertujuan untuk mengetahui persepsi peserta mengenai materi, metode, sarana dan prasarana sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Tujuan

berikutnya adalah mengetahui preferensi penyelenggaraan serta arahan strategis penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke depan.

1. Persepsi responden terhadap materi sosialisasi yang diukur melalui desain (tampilan menarik dan mudah dipahami) dan relevansi materi (sesuai kehidupan bermasyarakat saat ini serta penyertaan contoh nyata dan jelas). Sebanyak 25,66% responden sangat setuju dan 70,22% responden setuju bahwa desain materi menarik. Sebanyak 27,83% responden sangat setuju dan 68,04% responden setuju bahwa materi mudah dipahami. Sebanyak 28,04% responden sangat setuju dan 64,57% responden setuju bahwa materi sesuai dengan kehidupan bermasyarakat saat ini. Sebanyak 26,99 % responden sangat setuju dan 65,65 % responden setuju bahwa materi disertai contoh nyata dan jelas.
2. Persepsi responden terhadap metode sosialisasi yang diukur melalui penyampaian dan penguasaan materi. Sebanyak 38,91% responden sangat setuju dan 58,48% responden setuju bahwa Narasumber/Pembicara menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Sebanyak 37,61% responden sangat setuju dan 60,22% responden setuju bahwa Narasumber/Pembicara memberikan kesempatan untuk berdiskusi. Sebanyak 35% responden sangat setuju dan 61,52% responden setuju bahwa Narasumber/Pembicara menguasai materi dengan baik. Sebanyak 33,91% responden sangat setuju dan 61,52% responden setuju bahwa Narasumber/Pembicara dapat menjawab pertanyaan dengan baik dan mudah dipahami.
3. Persepsi responden terhadap sarana dan prasarana sosialisasi yang diukur melalui ketersediaan dan kualitas sarana dan prasarana. Sebanyak 33,26% responden sangat setuju dan 61,69% responden setuju bahwa sarana dan prasarana sosialisasi tersedia dan layak digunakan.

Tujuan berikutnya adalah arahan strategis penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke depan sebagai berikut:

1. Preferensi penyelenggaraan sosialisasi ke depan di mana sebagian kecil menganggap metode tatap muka sudah kurang relevan, terlebih di tengah pandemi Covid-19.
2. Responden menghendaki adanya metode pengganti menggunakan media konvensional atau media digital. Media konvensional seperti televisi, radio dan koran. Media digital seperti *website, podcast* dan media sosial.
3. Preferensi media sosial berdasarkan latar belakang pendidikan: Facebook bagi responden dengan latar belakang pendidikan D3/Sederajat. Twitter bagi responden dengan latar belakang pendidikan SMP/Sederajat dan SMU/Sederajat. YouTube bagi responden dengan latar belakang pendidikan S1/D4/Sederajat. TikTok bagi responden dengan latar belakang pendidikan SMP/Sederajat dan S2/Sederajat.
4. Preferensi media sosial berdasarkan gender: Facebook dipilih berimbang antara Pria dan Wanita. Twitter dan YouTube cenderung dipilih Pria. Instagram dan Tiktok mayoritas diminati oleh Wanita.
5. Preferensi media sosial berdasarkan kelompok generasi: Twitter menjadi pilihan utama generasi Y. Facebook menjadi pilihan utama generasi X. TikTok menjadi pilihan utama *baby boomer*.

Tujuan berikutnya adalah mengenai preferensi penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke depan sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan forum strategis dengan pemangku kepentingan terkait penyelenggaraan sosialisasi.
2. Menentukan arah strategis penyelenggaraan sosialisasi jangka panjang.
3. Melakukan segmentasi peserta sosialisasi.

4. Memperbaharui konten materi sosialisasi.
5. Optimalisasi tim penyusun materi sosialisasi.
6. Memperbaharui desain materi sosialisasi.
7. Mengembangkan metode sosialisasi baru.
8. Sosialisasi menggunakan media baru sepeti media sosial.
9. Menyelenggarakan pelatihan bagi Narasumber/Pemateri terkait peningkatan penguasaan substansi dan komunikasi.
10. Konsolidasi untuk penyamaan persepsi terkait substansi dan histori Empat Pilar MPR RI.
11. Menyusun panduan pelaksanaan sosialisasi bagi Narasumber/Pemateri yang komprehensif.
12. Berkolaborasi dengan instansi lain baik instansi Pemerintah maupun non Pemerintah sebagai perpanjangan tangan dan agen perubahan.
13. Berkolaborasi dengan figur publik dalam menyampaikan materi sosialisasi.
14. Melakukan *branding* untuk meningkatkan mengenalkan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI kepada masyarakat luas.
15. Pemilihan sarana dan prasarana yang layak.
16. Implementasi prosedur pencegahan dan penanganan Covid-19 dalam penyelenggaraan sosialisasi.
17. Melakukan *monitoring* dan evaluasi penyelenggaraan sosialisasi secara periodik dan konsisten.

BAB 2
KERANGKA TEORI

Kerangka teori merupakan dasar keilmuan yang digunakan dalam pelaksanaan Survei Efektivitas Empat Pilar MPR RI. Tujuan penulisan kerangka teori adalah untuk menyajikan teori yang relevan terkait Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Teori yang digunakan dalam survei ini adalah Empat Pilar MPR RI, teori komunikasi, teori sosialisasi, teori generasi dan teori statistik.

2.1 Empat Pilar MPR RI

Empat pilar MPR RI diambil dari 4 (empat) konsepsi pokok bangsa Indonesia, yaitu: Pancasila, Undang - Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI Tahun 1945), Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), dan Bhinneka Tunggal Ika. Pancasila sebagai ideologi dan dasar negara merupakan pedoman atau menjadi penuntun untuk ketiga pilar lainnya, dengan demikian kedudukan Pancasila berada di atas 3 (tiga) pilar lainnya. Pemahaman dan implementasi terhadap keempat pilar MPR RI di atas akan menjaga keutuhan dan kesatuan negara Indonesia, oleh sebab itu seluruh rakyat Indonesia bertanggung jawab untuk memahami dan melaksanakan nilai-nilai yang terkandung di dalam empat pilar tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

MPR RI sebagai penjelmaan seluruh rakyat Indonesia, memiliki tanggung jawab untuk mengukuhkan pilar-pilar fundamental kehidupan berbangsa dan bernegara, sesuai dengan mandat konstitusional yang diemban. Peran tersebut diwujudkan dengan komitmen Pimpinan MPR, Anggota MPR RI dan Alat Kelengkapan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat terhadap nilai-nilai luhur bangsa yang terdapat dalam Pancasila, UUD NRI Tahun 1945, Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan Bhinneka Tunggal Ika yang dikenal dengan istilah Empat Pilar MPR RI.

2.1.1 Pancasila

Pancasila lahir dari proses yang panjang, Perumusan konseptualisasi Pancasila dimulai pada masa persidangan pertama Badan Penyelidik Usaha-usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia (BPUPKI) tanggal 29 Mei - 1 Juni 1945. Berikut adalah nilai-nilai yang terkandung dalam 5 (lima) sila sebagaimana tercantum dalam Pembukaan Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

1. **Sila Pertama "Ketuhanan yang Maha Esa"**

   Sila ketuhanan yang maha esa pada prinsipnya menyatakan bahwa Bangsa Indonesia dan seluruh rakyatnya mengakui keberadaan Tuhan dan merupakan negara yang beragama. Dengan demikian, setiap agama memiliki tempat dan perlakuan yang sama serta segenap warga negara Indonesia berhak untuk menyembah Tuhannya sesuai dengan kepercayaan masing-masing. Sila pertama juga dapat berarti warga negara Indonesia percaya dan bertakwa pada Tuhan. Perwujudan rasa percaya dan takwa tentunya disesuaikan dengan agama dan kepercayaan tiap orang (BPIP, 2021).

   Makna sila pertama ini mengingatkan warga Indonesia pentingnya saling menghormati dan menghargai. Toleransi di tengah keragaman memungkinkan terciptanya kehidupan yang rukun. Sila pertama Pancasila, Ketuhanan Yang Maha Esa, menjadi fundamen etis kehidupan bangsa Indonesia, yang menjiwai dan mendasari serta membimbing perwujudan kemanusiaan yang adil dan beradab, penggalangan persatuan Indonesia yang telah membentuk Negara Republik Indonesia yang berdaulat penuh, yang bersifat kerakyatan dan dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan, guna mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Dengan sila ketuhanan ini, sekaligus dengan

penjabarannya di konstitusi, ditegaskan bahwa Indonesia sebagai Negara Pancasila adalah sebuah negara religius *(religious nation state)*. Di negara ini tidak boleh ada sikap dan perbuatan yang anti—Ketuhanan dan anti keagamaan. Saat yang sama, "Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu".

2. Sila Kedua "Kemanusiaan yang Adil dan Beradab"

Sila kemanusiaan yang adil dan beradap menegaskan bahwa Indonesia merupakan bagian dari masyarakat dunia yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan yang berkeadilan dan beradab. Kemanusiaan berasal dari kata "manusia", yaitu makhluk yang berbudaya dengan memiliki potensi pikir, rasa, karsa, dan cipta. Karena potensi seperti yang dimilikinya itu manusia tinggi martabatnya. Dengan budi nuraninya, manusia menyadari nilai-nilai dan norma-norma.

Sila kedua juga berarti tiap warga diminta memahami kesamaan derajat pada tiap manusia. Artinya, seluruh manusia harus saling menyayangi dan menghormati tanpa kecuali serta lepas dari pengaruh SARA. Perbedaan Suku, Agama, Ras, dan Antar Golongan tidak jadi alasan untuk acuh, tidak membantu, dan enggan saling menjaga sesama. Seluruh manusia selanjutnya bisa saling kerja sama untuk membela kebenaran dan keadilan di masyarakat.

Kemanusiaan terutama berarti hakikat dan sifat—sifat khas manusia sesuai dengan martabatnya. Adil berarti patut, tidak memihak atau berpegang pada kebenaran. Beradab kata pokoknya "adab", sinonim dengan sopan, berbudi luhur, susila. Beradab artinya berbudi luhur, berkesopanan dan bersusila sekaligus menuju tingkat kemajuan lahir dan batin. Maksudnya sikap hidup, keputusan dan tindakan selalu

berdasarkan pada nilai-nilai keluhuran budi, kesopanan dan kesusilaan. Adab terutama mengandung pengertian tata kesopanan, kesusilaan atau moral. Dengan demikian beradab berarti berdasarkan nilai-nilai kesusilaan yang merupakan bagian dari kebudayaan

3. **Sila Ketiga "Persatuan Indonesia"**

   Sila persatuan Indonesia menegaskan bahwa Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) terdiri dari berbagai suku, bangsa dan agama yang memiliki kehendak untuk bersatu. Hal ini didasarkan atas kesamaan nasib, dan kesadaran terhadap kepemilikan tanah air yang sama. Persatuan berasal dari kata satu, yang berarti utuh tidak terpecah-pecah. Persatuan juga menyiratkan arti adanya keragaman, dalam pengertian bersatunya bermacam corak yang beraneka ragam menjadi satu kebulatan. Persatuan Indonesia dalam Sila Ketiga ini mencakup persatuan dalam arti ideologi, politik, ekonomi sosial budaya, dan keamanan. Persatuan Indonesia ialah persatuan bangsa yang mendiami wilayah Indonesia. Yang bersatu karena didorong untuk mencapai kehidupan kebangsaan yang bebas dalam wadah negara yang merdeka dan berdaulat.

   Persatuan Indonesia dalam Sila Ketiga ini mencakup persatuan dalam arti ideologis, politik, ekonomi sosial budaya dan keamanan. Persatuan Indonesia adalah persatuan kebangsaan Indonesia yang dibentuk atas bersatunya beragam latar belakang sosial, budaya, politik, agama, suku, bangsa, dan ideologi yang mendiami wilayah Indonesia bersepakat menyatakan sebagai satu bangsa, satu tanah air, dan satu bahasa yang didorong untuk mencapai kehidupan kebangsaan yang bebas dalam wadah negara yang merdeka dan berdaulat dengan satu bendera Negara, satu bahasa Negara, satu Lambang Garuda Pancasila, serta satu Lagu Kebangsaan Indonesia Raya.

Sila ketiga juga dapat berarti bangsa Indonesia dituntut mengutamakan kepentingan negara dibanding pribadi atau antar golongan. Persatuan dan kesatuan tentunya juga harus menjadi prioritas utama. Manusia Indonesia wajib memiliki kepribadian rela berkorban demi negara Indonesia, mencintai bangsa Indonesia dan tanah air, serta bangga pada negara. Karakter ini wajib dimiliki seluruh warga Indonesia tanpa kecuali.

4. **Sila Keempat "Kerakyatan yang Dipimpin Oleh Hikmah Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan Perwakilan"**

   Sila keempat, kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan menekankan bahwa bangsa Indonesia akan selalu menjunjung tinggi semangat bermusyawarah untuk mencapai kesepakatan, dan menjunjung tinggi demokrasi dan kearifan lokal. Kerakyatan berasal dari kata rakyat, yaitu sekelompok manusia yang berdiam dalam satu wilayah negara tertentu. Rakyat meliputi seluruh manusia itu, tidak dibedakan oleh tugas (fungsi) dan profesi (jabatannya). Kerakyatan adalah asas yang baik serta tepat sekali jika dihubungkan dengan maksud rakyat hidup dalam ikatan negara. Sila keempat Pancasila, "Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan /perwakilan" mengandung beberapa ciri alam pemikiran demokrasi di Indonesia. Dalam pokok pikiran ketiga dari Pembukaan Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, disebutkan bahwa kedaulatan itu berdasar atas "kerakyatan" dan "permusyawaratan". Dengan kata lain, demokrasi itu hendaknya mengandung ciri: (1) kerakyatan (daulat rakyat), dan (2) permusyawaratan (kekeluargaan).

   Permusyawaratan adalah suatu tata cara khas kepribadian Indonesia untuk merumuskan dan/atau memutuskan suatu hal berdasarkan

kehendak rakyat, hingga tercapai keputusan yang berdasarkan kebulatan pendapat atau mufakat. Perwakilan adalah suatu sistem dalam arti tata cara (prosedur) mengusahakan turut sertanya rakyat mengambil bagian dalam kehidupan bernegara, antara lain dilakukan dengan melalui badan-badan perwakilan.

Sila keempat dalam Pancasila juga mengajak untuk tidak memaksakan kehendaknya pada orang lain. Arti lainnya adalah ajakan selalu mengutamakan kepentingan negara dan orang lain. Arti Pancasila ini tidak menampik adanya perbedaan pendapat dan cara pandang dalam masyarakat. Namun perbedaan harus diselesaikan lewat diskusi, dengan mengutamakan kepentingan bersama di atas pribadi.

5. **Sila Kelima "Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia"**

   Sila keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia menekankan bahwa Indonesia harus memiliki kehidupan yang adil dan makmur bagi segenap rakyat Indonesia. Secara khusus, keadilan sosial dalam sila kelima Pancasila ini menekankan prinsip keadilan dan kesejahteraan ekonomi, atau apa yang disebut Soekarno sebagai prinsip *sociale rechtvaardigheid*. Yakni, bahwa persamaan, emansipasi dan partisipasi yang dikehendaki bangsa ini bukan hanya di bidang politik, melainkan juga di bidang perekonomian. Prinsip Keadilan dan kesejahteraan sosial menurut sila kelima Pancasila tidaklah sama dengan prinsip komunisme (yang menekankan kolektivisme) dan liberalisme (yang menekankan individualisme). Sila Kelima bertolak dari pengertian bahwa antara pribadi dan masyarakat satu sama lain tidak dapat dipisahkan.

   Masyarakat adalah tempat hidup dan berkembangnya individu/pribadi, sedangkan pribadi adalah komponen utama masyarakat. Tidak boleh terjadi praktik perekonomian yang hanya

mementingkan kolektivisme, sebaliknya tidak boleh juga perekonomian dikembangkan dengan mengedepankan kepentingan pribadi/individu. Individualitas dikembangkan seiring dengan sosialitas. Hak milik pribadi diperbolehkan namun memiliki fungsi sosial, sedangkan kekayaan bersama (bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya) dipergunakan untuk kesejahteraan bersama.

Dalam konteks ideologi negara, Pancasila dapat dimaknai sebagai sistem kehidupan nasional yang meliputi aspek politik, ekonomi, sosial budaya, dan pertahanan keamanan dalam rangka pencapaian cita-cita dan tujuan bangsa yang berlandaskan dasar negara. Sejak disahkan secara konstitusional pada 18 Agustus 1945, Pancasila dapat dikatakan sebagai dasar negara, pandangan hidup, ideologi negara dan ligatur (pemersatu) dalam kehidupan kebangsaan dan kenegaraan Indonesia. Makna lain dari sila kelima Pancasila adalah pentingnya pengembangan perbuatan baik, dengan cara kekeluargaan dan gotong royong. Sila ini juga mengingatkan pentingnya bersikap adil. Contoh sikap adil adalah menjaga keseimbangan antara hal dan kewajiban. Jangan sampai warga Indonesia hanya menuntut hak namun melupakan kewajibannya. Hal lain yang tak kalah penting adalah selalu menghormati hak orang lain.

2.1.2 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Paham konstitusionalisme berawal dari dipergunakannya konstitusi sebagai hukum dalam penyelenggaraan negara. Konstitusionalisme mengatur pelaksanaan supremasi hukum (*rule of law*) dalam hubungan individu dengan pemerintah. Konstitusionalisme menghadirkan situasi yang dapat memupuk rasa aman, karena adanya pembatasan terhadap wewenang pemerintah yang telah ditentukan terlebih dahulu. Konstitusionalisme mengemban negara

terbatas (*the limited state*), agar penyelenggaraan negara dan pemerintahan tidak sewenang-wenang dan hal dimaksud dinyatakan serta diatur secara tegas dalam pasal-pasal konstitusi (Marzuki, Laica, 2010).

Pada prinsipnya paham konstitusionalisme adalah menyangkut prinsip pembatasan kekuasaan. Konstitusionalisme mengatur dua hubungan yang saling berkaitan satu sama lain, yaitu: pertama, hubungan antara pemerintahan dengan warga negara; dan kedua, hubungan antara lembaga pemerintahan yang satu dengan lembaga pemerintahan yang lain. Menurut Jhon Alder dan Daniel S.Lev paham konstitusionalisme adalah suatu paham negara terbatas, di mana kekuasaan politik resmi dikelilingi oleh hukum yang akan mengubah kekuasaan menjadi wewenang yang ditentukan secara hukum, sehingga pada intinya, konstitusionalisme adalah suatu proses hukum yang mengatur masalah pembagian kekuasaan dan wewenang.

Konstitusi merupakan hukum dasar yang dijadikan pegangan dalam penyelenggaraan negara, konstitusi dapat berupa hukum tertulis seperti Undang - Undang Dasar (UUD), dapat pula hukum tidak tertulis. Setelah mendeklarasikan kemerdekaannya pada tanggal 17 Agustus 1945, Bangsa Indonesia mulai menyusun sistem pemerintahan, politik, dan administrasi negara. Pada tanggal 18 Agustus 1945, melalui sidang PPKI ditetapkan Ir. Soekarno sebagai presiden Republik Indonesia dan DRS. Mohammad Hatta sebagai wakil presiden, serta Undang - Undang Dasar 1945 sebagai konstitusi negara.

Undang - Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebagaimana telah diubah pada tahun 1999 sampai dengan 2002 merupakan satu kesatuan rangkaian perumusan hukum dasar Indonesia. Substansinya mencakup dasar-dasar normatif yang berfungsi sebagai sarana pengendali terhadap

penyimpangan dan penyelewengan dalam dinamika perkembangan zaman sekaligus sarana pembaruan masyarakat ke arah cita-cita kolektif bangsa.

Sebagai hukum dasar, perumusan isi dari UUD NRI Tahun 1945 disusun secara sistematis mulai dari prinsip-prinsip yang bersifat umum dan mendasar, dilanjutkan dengan perumusan prinsip-prinsip kekuasaan dalam setiap cabangnya yang disusun secara berurutan. Pasal—pasal dan ayatnya dirumuskan dalam tingkat abstraksi yang sesuai dengan hakikatnya sebagai hukum dasar serta bersifat terbuka yang memungkinkan untuk menampung dinamika perkembangan zaman. Walaupun demikian, meskipun perumusan Undang - Undang dasar bersifat garis besar, haruslah disusun agar ketentuan yang diatur tidak multi interpretasi sehingga tidak dapat ditafsirkan sewenang-wenang oleh para penyelenggara negara.

Undang - Undang Dasar 1945 telah mengalami beberapa kali perubahan, perubahan terakhir dilakukan pada tahun 1999 - 2002 (pasca reformasi). Perubahan Undang - Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang dilakukan mencakup 21 bab, 73 pasal, dan 170 ayat, 3 pasal Aturan Peralihan dan 2 pasal Aturan Tambahan. Dengan perubahan yang dilakukan pada tahun 1999-2002, dalam UUD NRI Tahun 1945 memuat antara lain pengaturan prinsip *checks and balances system*, penegasan otonomi daerah, penyelenggaraan pemilihan umum, penyelenggaraan kekuasaan kehakiman yang merdeka, pengaturan institusi lainnya terkait dengan hal keuangan dan lain-lain dalam rangka penyempurnaan penyelenggaraan ketatanegaraan.

2.1.3 NEGARA KESATUAN REPUBLIK INDONESIA

Pasca proklamasi kemerdekaan, Indonesia mulai menyusun pemerintahan, politik, dan administrasi negara dengan berlandas pada konstitusi dan ideologi bangsa. Pada tanggal 18 Agustus 1945, melalui siding PPKI Indonesia menetapkan Ir. Soekarno sebagai presiden pertama dan Drs. Mohammad

Hatta sebagai wakil presiden, serta UUD NRI Tahun 1945 sebagai konstitusi negara. UUD NRI Tahun 1945 telah memperkukuh prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Undang - Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 secara nyata mengandung semangat agar Indonesia ini bersatu, baik yang tercantum dalam Pembukaan maupun dalam pasal-pasal Undang - Undang Dasar yang langsung menyebutkan tentang Negara Kesatuan Republik Indonesia dalam lima Pasal, yaitu: Pasal 1 ayat (1), Pasal18 ayat (1), Pasal 18B ayat (2), Pasal 25A dan pasal 37 ayat (5) Undang - Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 serta rumusan pasal-pasal yang mengukuhkan Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan keberadaan lembaga-lembaga dalam Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun1945.

Negara Kesatuan Republik Indonesia itu adalah negara yang memiliki satu kesatuan teritori (sesuai dengan UNCLOS 1982) dari Sabang sampai Merauke dan dari Miangas sampai pulau Rote, satu kesatuan bangsa yang disebut bangsa Indonesia (Sumpah Pemuda 1928), satu kesatuan kepemilikan sumber kekayaan alam yang peruntukannya sebesar-besarnya untuk kesejahteraan rakyat, satu kesatuan ideologi negara yaitu ideologi Pancasila, satu kesatuan politik nasional yang harus selalu berpihak pada kepentingan nasional *(national interest)*, satu kesatuan perekonomian nasional yang harus selalu berpihak pada upaya menyejahterakan rakyat Indonesia, satu kesatuan budaya nasional yang memiliki jati diri Indonesia sebagai karakter nasional dan sistem pertahanan keamanan nasional yang khas menurut karakteristik Indonesia, itulah makna yang dalam dari Negara Kesatuan Republik Indonesia (Soepandji, Susilo Budi, 2011).

2.1.4 Bhinneka Tunggal Ika

Istilah *Bhinneka Tunggal Ika* pertama kali dikemukakan oleh Mpu Tantular dalam Kitab *Sutasoma* pada abad XIV di masa Kerajaan Maja Pahit. Kalimat lengkap terkait *Bhinneka Tunggal Ika* adalah "*Rwaneka dhatu winuwus Buddha Wiswa, Bhinnéki rakwa ring apan kena parwanosen, Mangka ng Jinatwa kala wan Siwatatwa tunggal, Bhinneka tunggal ika tan hana dharma mangrwa*", artinya: Bahwa agama Buddha dan Siwa (Hindu) merupakan zat yang berbeda, tetapi nilai-nilai kebenaran *Jina* (Buddha) dan Siwa adalah tunggal. Terpecah belah, tetapi satu jua, artinya tak ada *dharma* yang mendua. (Suhandi Sigit, 2011).

Tulisan Mpu Tantular tersebut oleh para pendiri bangsa diberikan penafsiran baru karena dinilai relevan dengan keperluan strategis bangunan Indonesia merdeka yang terdiri dari beragam agama, kepercayaan, ideologi politik, etnis, bahasa, dan budaya. Dasar pemikiran tersebut yang menjadikan semboyan "keramat" ini terpampang melengkung dalam cengkeraman kedua kaki Burung Garuda. Burung Garuda dalam mitologi Hindu adalah kendaraan (wahana) Dewa Wishnu (Ma'arif A. Syafii, 2011).

Bhinneka Tunggal Ika pertama kali diusulkan oleh Muh. Yamin kepada Bung Karno untuk dijadikan semboyan *sesanti* negara. Sejak Indonesia merdeka, para pendiri bangsa dengan dukungan penuh seluruh rakyat Indonesia bersepakat mencantumkan kalimat *Bhinneka Tunggal Ika* pada lambang negara Garuda Pancasila yang ditulis dengan huruf latin pada pita putih yang dicengkeram burung garuda. Semboyan tersebut berasal dari bahasa Jawa Kuno yang berarti "berbeda-beda tetapi tetap satu jua". Kalimat itu sendiri diambil dari falsafah Nusantara yang sejak jaman Kerajaan Majapahit sudah dipakai sebagai semboyan pemersatu wilayah Nusantara. Dengan demikian, kesadaran akan hidup bersama di dalam keberagaman sudah tumbuh dan

menjadi jiwa serta semangat anak—anak bangsa, jauh sebelum zaman modern.

Bangsa Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945 memproklamasikan kemerdekaannya. Proklamasi kemerdekaan adalah ikrar untuk bersatu padu mendirikan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang meliputi wilayah dari Sabang sampai Merauke, yang merdeka, bersatu, dan berdaulat untuk mewujudkan cita-cita dan tujuan nasional. Dan dengan disepakatinya Pancasila sebagai dasar negara, semakin mengukuhkan komitmen pendiri negara dalam membentuk Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2.2 Komunikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Komunikasi dikatakan berhasil, ketika pesan yang dikirimkan dapat diterima dan dipahami penerima pesan persis seperti yang dibayangkan oleh pengirim pesan. Jika hal tersebut terjadi, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi berjalan efektif. Dalam rangka membangun komunikasi yang efektif, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, meliputi: fungsi atau tujuan komunikasi, jenis komunikasi, bagaimana proses komunikasi berjalan dan hambatan apa saja yang ditemui selama proses komunikasi berjalan.

2.2.1 Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Fungsi komunikasi yang relevan dengan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI meliputi: berbagi emosi, persuasi dan pertukaran informasi. Bagi kebanyakan orang, komunikasi yang terjadi di sebuah kelompok merupakan mekanisme fundamental dimana anggota menunjukkan rasa frustrasi dan kepuasan. Oleh karena itu, komunikasi menjadi media untuk berbagi perasaan secara emosional dan untuk memenuhi kebutuhan sosial. Komunikasi sebagai proses

persuasi dimana dampak yang ditimbulkan dari persuasi tersebut dapat menguntungkan atau dapat merugikan. Fungsi terakhir komunikasi adalah pertukaran informasi yang berguna untuk memenuhi berbagai kebutuhan, contohnya adalah untuk mengambil keputusan.

Tujuan komunikasi secara garis besar terbagi menjadi 4 (empat), meliputi: pemberian informasi, meminta/mengajak, dan membangun citra. Komunikasi untuk memberikan informasi yaitu pemberi pesan menjelaskan atau menyatakan tentang suatu hal kepada penerima pesan. Komunikasi untuk meminta/mengajak yaitu pemberi pesan meyakinkan penerima pesan atau memotivasi penerima pesan untuk bertindak atau melakukan sesuatu sesuai pesan yang disampaikan. Komunikasi untuk membangun citra diri atau organisasi yaitu pemberi pesan menyampaikan pesan dengan tujuan untuk menjalin kerja sama atau menjalin suatu hubungan. Apapun fungsi dan tujuan komunikasi yang dipilih, setiap pesan diharapkan memenuhi kriteria pesan yang baik agar komunikasi berjalan efektif. Beberapa kriteria pesan yang baik adalah sebagai berikut.

1. Jelas: pesan yang jelas berarti pesan yang tidak memiliki makna ganda atau ambigu, di mana maksud yang ingin disampaikan oleh pemberi pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh pendengar/pembaca tanpa harus menerka makan dari pesan tersebut.
2. Lengkap: pesan yang disampaikan tidak terpotong dan menimbulkan pertanyaan baru atau interpretasi berbeda dari pendengar/pembaca.
3. Benar: semua informasi yang disampaikan akurat, tidak mengandung kesalahan tanda baca, ejaan, tata bahasa, urutan kata, dan struktur kalimat.
4. Tidak membuang waktu pendengar/pembaca: pendengar/pembaca dapat memahami informasi yang diberikan dengan cepat

5. Membangun citra/*image*: pesan yang disampaikan merepresentasikan citra/*image* yang baik dari pihak yang menyampaikan.

2.2.2 Jenis dan Gaya Komunikasi

Jenis komunikasi dapat terbagi menjadi dua yaitu komunikasi verbal (lisan dan tulisan) serta komunikasi nonverbal. Komunikasi juga dapat dilakukan antar pribadi (interpersonal) dan komunikasi organisasi. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dijalin antara dua orang atau lebih. Komunikasi organisasi merupakan pola, jaringan dan sistem komunikasi dalam satu organisasi. Keduanya merupakan aspek penting.

Komunikasi Verbal merupakan komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan kata-kata, baik dalam bentuk tulisan maupun dalam bentuk lisan. Keuntungan menggunakan komunikasi lisan adalah kecepatan, umpan balik dan pertukaran informasi. Kelemahan komunikasi lisan muncul ketika pesan harus melewati sejumlah penerima pesan. Semakin banyak orang, maka potensi distorsi semakin besar karena setiap orang menafsirkan pesan dengan caranya sendiri. Saat pesan sampai ke tujuannya, sangat mungkin telah mengalami perubahan makna atau tujuan dari pesan aslinya. Contoh komunikasi verbal yaitu pembicaraan yang dilakukan melalui tatap muka langsung atau via panggilan seluler, rapat, pesan singkat, surat elektronik (*e-mail*), pesan suara (*voice message)*

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi tanpa menggunakan kata-kata yang terjadi sepanjang waktu. Komunikasi akan menjadi lengkap jika mempertimbangkan aspek nonverbal. Contoh komunikasi nonverbal yaitu bahasa tubuh, intonasi dan penekanan. ketiganya mengandung pesan yang kuat. Mempelajari Bahasa nonverbal dapat membantu memproyeksikan citra yang ingin dibentuk dan membuat pengirim pesan lebih sadar akan pesan yang sedang ditafsirkan.

Sebelum menyampaikan pesan, pemberi pesan harus memahami situasi yang akan dihadapi. Terdapat beberapa pertanyaan yang dapat membantu pemberi pesan untuk memahami situasi

1. Pesan apa yang akan disampaikan dan kepada siapa pesan disampaikan

   Perlu untuk mempertimbangkan pesan apa yang akan disampaikan dan siapa *audience* (pendengar/pembaca) yang akan menerima informasi tersebut. Pesan yang akan disampaikan sebaiknya mempertimbangkan minat/ ketertarikan *audience*, tidak hanya berfokus pada minat/ketertarikan pemberi pesan saja. Hal ini akan berpengaruh pada efektivitas dari penyampaian pesan tersebut.
2. Haruskah pesan tersebut disampaikan?

   Dalam kondisi tertentu atau pada *audience* tertentu, ada beberapa pesan yang sebaiknya tidak disampaikan karena dampak negatif yang akan ditimbulkan. Oleh sebab itu pertanyaan ini sangat penting untuk dijawab sebelum menulis atau menyampaikan suatu pesan.
3. Saluran (channel) apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan?

   Jenis suatu pesan (formal atau informal) akan mempengaruhi kanal yang digunakan untuk menyampaikannya. Jika pesannya berjenis formal maka idealnya disampaikan melalui saluran formal, dan begitu juga sebaliknya.
4. Apa yang harus dikatakan?

   Isi dari sebuah pesan yang akan disampaikan harus jelas, disampaikan kepada *audience*nya tepat dan tidak diulang kepada *audience* yang sama berkali-kali atau memberikan informasi yang telah diketahui oleh *audience*.
5. Bagaimana mengatakannya

Pertimbangkan urutan dari pesan yang akan disampaikan, pesan mana yang terlebih dahulu disampaikan, pesan apa berikutnya dan pesan apa yang terakhir disampaikan. Hal ini akan membentuk respons dari *audience* terhadap pesan yang disampaikan.

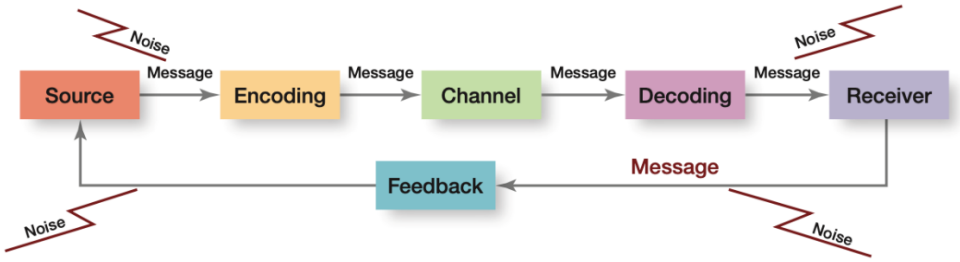
Dua jenis komunikasi tersebut dapat diimplemenasikan melalui 6 (enam) gaya komunikasi yaitu *controlling, equalitarian, structuring, dynamic, relinquishing* dan *withdrawal*. Masing-masing gaya komunikasi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. *Controlling style:* gaya komunikasi melalui kemauan atau niat untuk membatasi, memaksakan, mengendalikan tindakan, pikiran dan reaksi orang lain. Mereka yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal sebagai komunikator satu arah atau *one way communicator*.
2. *Equalitarian style*: gaya komunikasi yang dilakukan secara terbuka. Berarti, setiap anggota dapat mengungkapkan ide dan pendapat mereka dalam situasi dan suasana santai. Semua anggota organisasi dapat mencapai consensus dan pemahaman bersama dalam suasana tersebut.
3. *Structuring style*: gaya komunikasi dengan memanfaatkan pesan verbal baik tertulis maupun lisan untuk menetapkan apa yang harus dilakukan, kapan melakukannnya dan siapa yang akan melakukan.
4. *Dynamic style:* gaya komunikasi yang fleksibel karena pengirim pesan memahami bahwa lingkungannya berorientasi pada tindakan.
5. *Relinquishing style:* gaya komunikasi yang mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat atau ide orang lain daripada keinginan untuk mendikte, mesikpun pengirim pesan memiliki kekuatan untuk memerintah dan mengendalikan orang lain.

6. *Withdrawal style:* gaya komunikasi dimana komunikator tidak memiliki keinginan berkomunikasi dengan orang lain karena orang tersebut menghadapi beberapa masalah atau kesulitan antara individu.

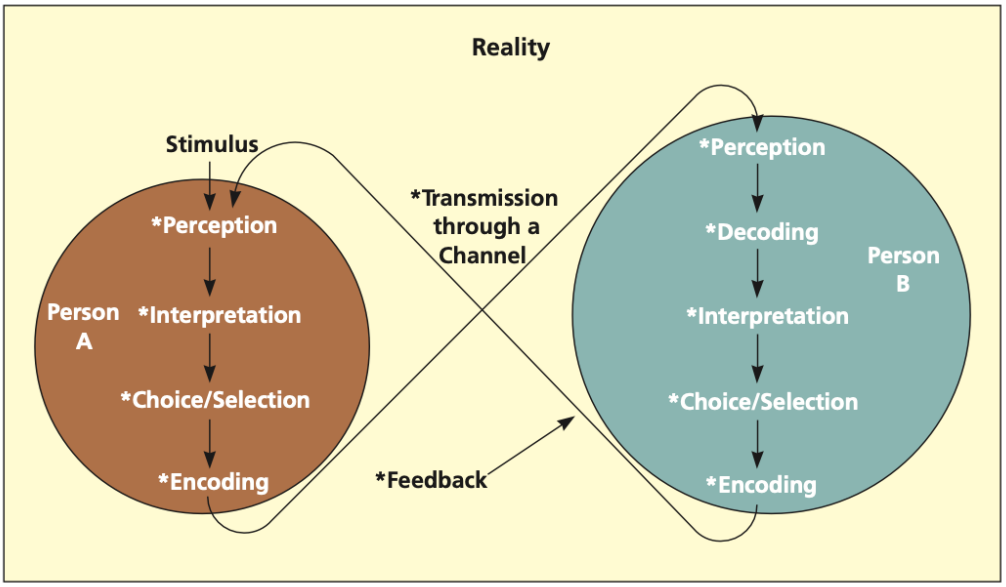
2.2.3 Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses. Agar pesan tersampaikan dengan baik, proses komunikasi harus berjalan efektif. Proses komunikasi merupakan tahapan-tahapan penyampaian pesan agar makna yang dimaksud dapat diterima dengan baik. Berikut detail dari proses komunikasi.



Gambar 2. Proses komunikasi

Sebelum komunikasi berlangsung, sumber harus memiliki tujuan komunikasi atau pesan yang ingin disampaikan. Pesan tersebut diubah menjadi bentuk/simbol ***(encoding)*** dan dikirimkan melalui media yang dipilih ***(channel)*** kepada penerima. Pesan yang dikirim kemudian diterjemahkan oleh penerima pesan ***(decoding).*** Hasilnya adalah transfer makna dari satu individu kepada individu lain. Terdapat model alternatif yang menjelaskan bagaimana proses komunikasi berlangsung.



*Noise (and miscommunication) can occur here.

Berdasarkan gambar di atas, proses komunikasi dimulai ketika sumber atau pengirim pesan merasakan **stimulus** berdasarkan apa yang dilihat, didengar, dirasa, dicium atau disentuh. Sumber atau pengirim pesan **mengartikan/menginterpretasikan** apa yang dirasakan, apakah hal tersebut penting atau sesuatu yang tidak biasa. Langkah selanjutnya, sumber/pengirim pesan akan **menyeleksi/memilih** informasi untuk dikirimkan ke penerima pesan. Selanjutnya, sumber/pengirim pesan telah siap menuangkan idenya ke dalam kata-kata. Namun, kata-kata bukan satu-satunya cara menyampaikan gagasan, ada cara lain seperti gestur, pakaian, gambar yang dapat memberikan makna nonverbal. Tahapan menginisiasi ide ke dalam salah satu simbol disebut ***encoding***. Pesan kemudian dikirimkan kepada penerima pesan melalui beberapa saluran seperti telepon, pesan instan dan masih banyak lagi.

Penerima pesan kemudian merasakan pesan yang disampaikan oleh sumber/pengirim pesan. Kemudian penerima pesan mengekstrak arti dari kata-kata atau simbol yang disampaikan. Proses tersebut biasa disebut ***decoding*.** Selanjutnya penerima pesan mengulangi proses yang dijalani

sumber/pengirim pesan yaitu mengartikan/interpretasi, **menyeleksi/memilih,** dan ***encoding***. Respons yang dikirimkan kepada sumber disebut umpan balik *(feedback)*. Umpan balik mungkin dapat dilakukan langsung dan segera, atau tidak langsung dan tertunda; mungkin verbal dan mungkin nonverbal.

Proses komunikasi dapat terganggu jika terdapat kebisingan ***(noise)*.** Kebisingan dalam komunikasi terbagi menjadi dua yaitu fisik atau psikologis. Kebisingan fisik dapat berasal dari sumber yang dapat dilihat secara fisik seperti suara panggilan telepon, deru suara mesin atau tulisan tangan yang sulit dibaca. Kebisingan psikologis berupa ketidaksukaan kepada pembicara, tidak menyukai isi pesan atau sudah mengambil keputusan tentang suatu permasalahan.

2.2.4 Hambatan Komunikasi

Proses komunikasi merupakan proses rentan terhadap distorsi dimana potensi distorsi berpotensi terjadi di setiap tahapannya. Selain distorsi umum, terdapat hal lain yang dapat menghambat terselenggaranya komunikasi yang efektif. Berikut hambatan-hambatan tersebut.

1. ***Information overload*** yaitu kondisi dimana seseorang menerima informasi di luar kapasitasnya untuk memproses informasi tersebut. Dampak yang ditimbulkan bagi seseorang yang mengalami *information overload* adalah kecenderungan untuk mengabaikan, melewatkan, melupakan atau memilih informasi secara selektif. Mungkin juga akan berhenti berkomunikasi.
2. ***Filtering*** yaitu manipulasi informasi dengan sengaja untuk membuat informasi tersebut tampak lebih menguntungkan bagi penerima pesan. ***Filtering*** sebuah pesan mendorong perubahan makna pesan sehingga komunikasi tidak berjalan efektif.

3. ***Emotions*** adalah bagaimana perasaan penerima yang memengaruhi bagaimana penerima pesan tersebut menafsirkan isi pesan. Ketika seseorang merasa terancam, maka cenderung bereaksi dengan cara menghambat komunikasi efektif dan mengurangi kemampuan mereka untuk mencapai kesepakatan. Defensif juga dapat berarti menyerang orang lain secara verbal, membuat pernyataan sarkastis atau menghakimi bahkan mempertanyakan motif orang lain.
4. ***Languange*** yaitu berkomunikasi dalam Bahasa yang sama, kata-kata dapat memiliki arti berbeda bagi orang yang berbeda. Usia, pendidikan dan latar belakang budaya adalah tiga variabel yang lebih jelas memengaruhi Bahasa yang digunakan seseorang dan definisi bagi kata-kata tersebut. Hambatan lain dari ***language*** adalah penggunaan jargon, yaitu penggunaan terminologi atau kalimat teknis dimana hanya sekumpulan orang yang dapat mengerti.
5. ***Silence*** dapat menjadi sebuah pesan ketika seseorang enggan atau tidak berminat komunikasi. *Silence* juga bisa menjadi sebuah pesan ketika seseorang menerima informasi yang berlebihan atau sedang menunda untuk memberikan tanggapan.
6. ***National Culture*** merupakan salah satu aspek yang paling mempengaruhi cara komunikasi global. Di beberapa negara maju dengan teknologi mutakhir dan masyarakat masih mengandalkan komunikasi tatap muka daripada tertulis. Di beberapa negara, komunikasi nonverbal lebih jelas dalam menyampaikan pesan dibanding komunikasi verbal. Di beberapa negara lainnya, terjadi sebaliknya dimana komunikasi verbal lebih efektif untuk menyampaikan pesan dibanding nonverbal.

2.3 Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses di mana seorang individu diajarkan tentang sebuah keahlian, adat-istiadat, norma/nilai-nilai, dan motivasi yang dibutuhkan agar dapat diterima di dalam lingkungan/budaya tempat tinggalnya. Menurut KBBI, sosialisasi diartikan sebagai upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat. Hal terpenting dalam sosialisasi adalah keterampilan sosial, pemahaman sosial, dan kematangan emosi dalam berinteraksi dengan individu atau masyarakat.

Proses sosialisasi mencakup semua hal di mana suatu kebudayaan diajarkan secara turun-temurun dari suatu generasi ke generasi berikutnya. Dalam mengajarkan budaya secara lintas generasi, perlu diingat bahwa walaupun budaya terkesan sesuatu yang statis (tidak berubah), namun budaya dapat berubah akibat pengaruh dari teknologi baru, peperangan, perubahan iklim, wabah penyakit, dll.

Dalam melakukan sosialisasi diperlukan agen sosialisasi, yaitu mereka yang menyampaikan dan menjelaskan suatu informasi/pengetahuan dan mengajak untuk ikut terlibat dalam kegiatan terkait. Agar sosialisasi berjalan efektif dan tepat sasaran, sosialisasi sebaiknya juga menggunakan agen untuk membantu menyampaikan informasi yang akan diberikan. Setidaknya terdapat 4 (empat) agen sosialisasi yang dianggap penting, yaitu keluarga, sekolah/kampus, *peer group,* dan media.

1. **Keluarga:** Keluarga merupakan agen sosialisasi yang penting karena keluarga merupakan tempat pertama seorang individu belajar tentang banyak hal. Di samping itu, keluarga memiliki dapat mempengaruhi, seperti seorang anak yang cenderung meniru orang tuanya.
2. **Sekolah/kampus:** sekolah atau kampus juga memberikan pengaruh yang besar dalam kegiatan sosialisasi, tidak seperti keluarga di mana

informasi dan pengetahuan diajarkan secara informal, selolah atau kampus memberikan informasi secara formal, dan terstruktur serta lebih mendalam karena melibatkan tenaga pengajar yang memahami bidang tertentu.

3. ***Peer group: peer group*** dapat juga disebut komunitas atau kelompok masyarakat. *Peer group* dianggap juga memiliki pengaruh karena individu yang berada di dalamnya cenderung untuk mengadopsi sikap, pola pikir, dan kebiasaan dari suatu kelompok di mana dia berada.
4. **Media:** tidak dapat dipungkiri bahwa media memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat, media dapat menyampaikan informasi secara lebih luas kepada masyarakat. Dengan semakin pesatnya kemajuan teknologi peranan media dalam sosialisasi juga semakin tinggi. Media yang dimaksud tidak hanya media konvensional seperti radio, televisi, dan koran, tetapi juga media sosial, seperti Twitter, Instagram, TikTok, YouTube, dll.

2.4 Generasi

Audiens merupakan aspek penting dalam komunikasi. Homogenitas audiens dari sudut pandang usia atau generasi adalah salah satu faktor fundamental yang menjadi pertimbangan untuk mode atau jenis sosialisasi. Generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompok berdasarkan pada tahun lahir, usia, lokasi, dan peristiwa dalam kehidupan kelompok individu yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan.

	Baby Boomers	Gen X	Gen Y	Gen Z
Ikon teknologi	▪ Televisi ▪ Kaset ▪ Radio transistor	▪ VCR ▪ Walkman ▪ Personal computer	▪ Internet ▪ Email ▪ SMS ▪ DVD ▪ Playstation	▪ Macbook ▪ iPad ▪ Google ▪ Facebook ▪ Twitter

	Baby Boomers	Gen X	Gen Y	Gen Z
			▪ iPod	▪ PS3 ▪ Android
Karakter	▪ Individualistis ▪ Etos kerja yang kuat ▪ Kompetitif	▪ Sinis ▪ Mandiri ▪ Fokus terhadap keluarga	▪ Terhubung secara digital ▪ Optimis ▪ Fokus terhadap diri sendiri	▪ Melek teknologi ▪ Kreatif ▪ Menerima perbedaan ▪ Peduli terhadap sesama ▪ Senang berekspresi
Media komunikasi	Telepon	▪ Email ▪ Pesan teks	▪ Pesan teks ▪ Media sosial	Perangkat komunikasi genggam
Preferensi komunikasi	Idealnya tatap muka, namun telepon atau email jika diperlukan	Pesan teks atau email	Online dan *mobile* (pesan teks)	Facetime

1. **BABY BOOMERS**

   Komunikasi ideal bagi baby boomers adalah tatap muka, percakapan telepon dan email jika dibutuhkan. Baby boomers jarang menggunakan blog, wiki, jejaring sosial dan pesan instan untuk hal formal. Mereka mengandalkan komunikasi tatap muka dimana bahasa tubuh dan isyarat nonverbal merupakan aspek penting. Generasi awal Baby boomers semakin banyak menggunakan *Computer Mediated Communication* (CMC), namun mayoritas melalui email atau pesan singkat di ponsel seperti aplikasi *chatting* (WhatsApp, Line, Telegram). Secara bertahap mereka beralih ke penggunaan media sosial dan media digital lainnya, tetapi banyak anggota yang lebih tua dari generasi ini tidak merasa nyaman dengan CMC.

2. **GEN X**

Generasi X merupakan generasi pertama yang menggunakan komputer pribadi dan hingga saat ini merupakan generasi terbesar pengguna komputer desktop. Generasi x lebih akrab dengan komputer dan internet dan mereka menggunakan keahlian mereka untuk mendapatkan penghasilan yang tinggi. Walaupun generasi x cukup sukses dalam karier, namun generasi ini juga sangat fokus dengan kehidupan keluarga, dan inilah yang mempopulerkan istilah work-life balance. Karena kecenderungannya untuk menghabiskan waktu bersama keluarga, generasi ini cenderung lebih memilik lingkungan kerja yang fleksibel, dan dapat melakukan pekerjaan dari rumah (work-from- home) karena generasi ini sangat menguasai teknologi.

Generasi X menghargai komunikasi yang fleksibel dan informal, membuat mereka nyaman menggunakan berbagai saluran komunikasi. Anggota generasi ini kebanyakan lebih suka berkomunikasi melalui email, tetapi panggilan telepon, teks, atau rapat sesekali juga akan berhasil. Mereka juga merasa bahwa teknologi harus mendukung pertumbuhan profesional mereka, tetapi mereka dikenal menghindari manajemen mikro di tempat kerja. Mereka lebih suka dihubungi hanya selama jam kerja, karena mereka sangat menghargai kebebasan dan waktu istirahat mereka.

3. **GEN Y**

Generasi Y merupakan generasi *multi-tasker* yang canggih secara teknologi yang dapat berkontribusi signifikan untuk belajar, bekerja dan bermain. Namun kekurangan dalam hal komunikasi. Mereka telah menggunakan ponsel, *pager*, komputer dan media sosial sepanjang hidup mereka. Namun, koneksi yang konstan, informal dan berbasis

teknologi tidak berarti keterampilan komunikasi mereka memadai, terutama komunikasi interpersonal.

Banyak anggota generasi ini adalah pembicara yang baik, mereka dikenal karena berkomunikasi melalui sarana elektronik sebanyak atau mungkin melebihi interaksi tatap muka. Generasi Y menggunakan komunikasi digital dan jejaring sosial sebagai sarana komunikasi mereka. Ukuran audiens yang mereka komunikasikan menjadi penting bagi sebagian besar dari generasi Y. Artinya, Generasi Y mencoba sebanyak mungkin terhubung dengan orang lain. Meskipun generasi Y memiliki banyak pertemanan online lintas negara dan internasional, pertemanan ini sering kali dangkal dan mereka bersaing untuk mendapatkan angka dalam pertemanan daring. Dampak dari pertemanan *online* adalah mudahnya menghapus pertemanan tanpa komunikasi tatap muka. Terlepas dari permasalahan tersebut, Generasi Y berkomunikasi dengan baik melalui media elektronik dan digital tetapi terkadang kesulitan berkomunikasi langsung. Mereka tidak memiliki kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif karena kebanyakan menggunakan CMC tanpa isyarat nonverbal tradisional (menggunakan ikon bukan gestur asli).

4. Gen Z

Generasi Z atau iGeneration, generasi net atau generasi internet. Mereka memiliki kesamaan dengan Generasi Milenial, tapi mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti akses media sosial menggunakan ponsel, *browsing* dengan PC, dan mendengarkan musik menggunakan *headset*. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil mereka

sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka

Generasi Z memiliki kemampuan mengikuti perkembangan teknologi sehingga menciptakan fenomena baru dari gaya hidup yang begitu dekat dengan informasi dan teknologi serta gaya komunikasi. Ditambah dominasi Gen Z dalam komunikasi di media sosial. Keunikan Gen Z cenderung percaya bahwa kehidupan media sosial yang lebih esensial dibanding di dunia nyata. Hidup dengan preferensi komuni

2.5 Statistik

Statistik merupakan cabang dari bidang ilmu matematika terkait pengumpulan, analisis, penafsiran, dan penyajian data. Statistik fokus pada hubungan antara hipotesis dengan data empiris. Data merupakan catatan atau fakta lapangan yang dikumpulkan dari kegiatan observasi atau kejadian tertentu dari sebuah penelitian. Data yang dikumpulkan tersebut biasa dikenal dengan istilah sampel *(sample)*. Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap suatu masalah penelitian dan perlu diuji uji secara empiris untuk menemukan kebenarannya. Secara garis besar, metode statistik terbagi menjadi 2 (dua), yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Statistik deskriptif adalah Statistik deskriptif sering digunakan untuk menyimpulkan data dari sebuah populasi. Statistik deskriptif merupakan proses penghimpunan, pengelompokan/pengklasifikasian dan penyajian data. Penyajian data pada statistik deskriptif biasanya dilakukan dalam bentuk numerik dan visual, dengan demikian, data yang telah dihimpun dapat lebih mudah dipahami dan lebih bermakna. Penyajian dalam bentuk numerik dilakukan dengan berbagai pengukuran, yaitu: *mean, median, modus, variance,* dll. Adapun penyajian data dalam bentuk visual bisanya dilakukan dalam bentuk

tabel, diagram batang (*bar chart*), diagram pie (*pie chart*), diagram garis (*line chart*), pemetaan (*mapping*), dll.

Statistik inferensial merupakan bagian dari statistik yang berfokus pada pengelolaan data yang telah dikumpulkan (*sample*) dari sebuah populasi, sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan terhadap *sample* tersebut. Berbeda dengan statistik deskriptif yang berfokus pada mendeskripsikan karakteristik sebuah *sample,* statistik inferensial lebih berfokus pada penarikan kesimpulan dari sebuah populasi. Statistik inferensial yang sering digunakan adalah analisis regresi, uji hipotesis, *convidence interval.*

2.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Kualitas sebuah riset salah satunya ditentukan oleh seberapa akurat hasil riset tersebut. Untuk meningkatkan akurasi riset, dibutuhkan alat ukur yang tepat agar dapat menghasilkan data yang berkualitas. untuk mengetahui ketepatan alat ukur tersebut, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas..

Uji validitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk memastikan sebuah skala atau alat ukur untuk mengukur konsep yang dimaksud. Secara garis besar uji validitas dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu *content validity, criterion-related validity,* dan *construct validity. Content validity* memastikan bahwa pengukuran memasukkan sekumpulan item yang memadai dan mewakili yang mengungkap konsep. Semakin item skala mencerminkan kawasan atau keseluruhan konsep yang diukur, semakin besar validitas isi. Atau dengan kata lain, validitas isi merupakan fungsi seberapa baik dimensi dan elemen sebuah konsep yang telah digambarkan. *Criterion-related validity* merupakan sebuah ukuran validitas yang ditentukan dengan cara membandingkan hasil tes dengan kinerja yang telah ditentukan pada sebuah ukuran eksternal. Ukuran eksternal tersebut seharusnya memiliki hubungan teoritis dengan variabel yang di ukur oleh tes tersebut. *Construct validity* membuktikan seberapa baik hasil yang diperoleh

dari penggunaan sebuah ukuran yang sesuai dengan teori dimana tes tersebut dirancang.

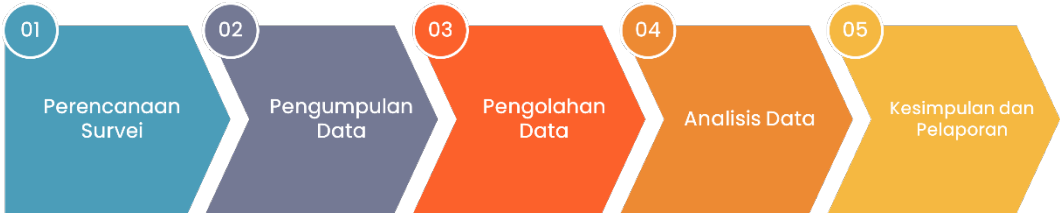
Uji reliabilitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keandalan sebuah alat ukur. Keandalan yang dimaksud adalah alat ukur yang digunakan konsisten diuji dalam rentang waktu berbeda pada berbagai item instrumen. Dengan kata lain, uji reliabilitas menunjukkan kestabilan dan konsistensi instrumen yang digunakan. Terdapat dua jenis uji reliabilitas yaitu *Test–Retest Reliability* dan *Parallel-Form Reliability*.

Test-retest yaitu ketika kuesioner yang berisi beberapa item yang seharusnya mengukur konsep yang diberikan kepada sekelompok responden saat ini dan diberikan lagi kepada kelompok responden yang sama di masa mendatang, maka korelasi yang dihasilkan tidak berbeda antara kedua waktu tersebut. Semakin tinggi koefisien reliabilitas maka akan semakin baik karena menunjukkan stabilitas pengukuran. *Parallel-Form Reliability* diketahui dengan memberikan dua alat ukur yang paralel pada sekelompok responden di waktu yang sama. Hasil dari alat ukur tersebut harus setara karena memiliki spesifikasi yang sama.

BAB 3
METODOLOGI SURVEI

3.1 Alur Pelaksanaan Survei

Survei efektivitas sosialisasi MPR RI tahun 2022 dilaksanakan dengan 5 tahapan utama yaitu tahapan perencanaan survei, pengumpulan data pengolahan data, analisis data, dan tahapan penyusunan kesimpulan dan laporan kegiatan. Lebih jelas terkait tahapan survei yang dimaksud dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 3. Metodologi survei

Gambar di atas menunjukkan 5 (lima) tahapan yang dilakukan pada kegiatan survei efektivitas sosialisasi MPR RI tahun 2022. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing tahapan tersebut:

a) **Tahapan perencanaan survei:** agar survei yang dilakukan dapat berjalan lebih terarah, efektif dan efisien, serta mencapai tujuan yang diharapkan, maka perlu untuk menyusun perencanaan survei. Pada tahapan ini dilakukan perencanaan terkait pelaksanaan survei yang akan dilakukan, seperti menentukan lingkup dan tujuan dari pelaksanaan survei, menyusun instrumen survei (kuesioner), membentuk tim pelaksana survei, menentukan kriteria dan target responden *(sampling)*, menentukan jadwal pelaksanaan survei, menentukan jenis, metode dan lokasi pengumpulan data, menyusun hipotesis penelitian, menetapkan biaya pelaksanaan survei, dan sebagainya.

b) **Tahapan pengumpulan data:** pengumpulan data survei dilakukan berdasarkan perencanaan yang telah ditetapkan pada tahapan sebelumnya. Pada survei efektivitas sosialisasi MPR tahun 2022 ini pengumpulan data dilakukan melalui dua metode, yaitu dengan melakukan penyebaran instrumen/kuesioner survei secara daring *(online)* dan luring *(offline)* Penyebaran kuesioner secara daring dilakukan dengan menyebarkan *link* kuesioner yang telah di susun sebelumnya. Kuesioner daring disusun menggunakan *tools* bernama surveymonkey dan disebarkan kepada target responden yang telah ditentukan secara daring melalui aplikasi *chatting*. Adapun pengumpulan data secara luring dilakukan melalui tatap muka dengan menyerahkan kuesioner secara langsung kepada peserta.

   Target responden pada survei yang dilakukan adalah Warga Negara Indonesia (WNI) yang sudah pernah mendapatkan sosialisasi 4 (empat) pilar MPR RI. Adapun lokasi pengambilan data survei adalah seluruh provinsi di Indonesia (34 provinsi).

c) **Tahapan pengolahan data:** Pada tahapan pengolahan ini data-data yang dikumpulkan melalui luring (tercatat pada kertas) akan ditransformasi terlebih dahulu ke dalam format elektronik dan digabungkan dengan data yang dikumpulkan melalui daring *(data entry)*. Setelah seluruh data terkumpul menjadi satu, kemudian data-data tersebut divalidasi dan dinilai, apakah sudah mencukupi dan siap untuk dianalisis atau belum. Jika data-data tersebut dinilai sudah valid dan sudah mencukupi kebutuhan, maka selanjutnya data-data tersebut dikodifikasi dan siap untuk dianalisis.

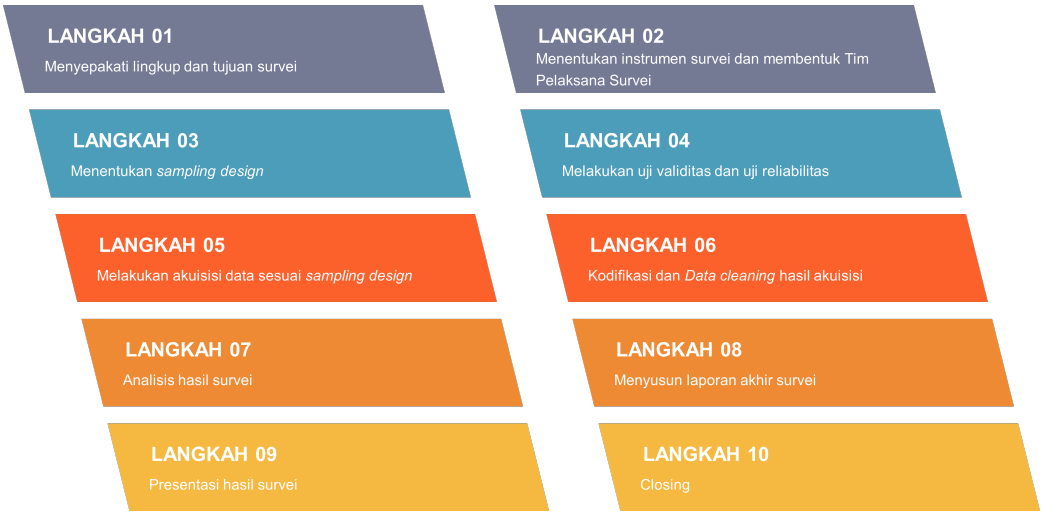
d) **Tahapan analisis data:** pada tahapan ini data yang sudah disiapkan pada tahapan pengolahan data kemudian diuji secara statistik (uji hipotesis) untuk menjawab pertanyaan penelitian dan penarikan kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Pengujian statistik pada penelitian ini

dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak *(software)* SPSS yang dikembangkan oleh IBM.

e) **Tahapan penarikan kesimpulan dan penyusunan laporan:** pada tahapan ini dilakukan penarikan kesimpulan terhadap data-data yang telah diuji secara statistik pada tahapan analisis data. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan metode deskriptif. Metode deskriptif metode penarikan kesimpulan yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan fakta, fenomena, atau kejadian berdasarkan data-data yang dimiliki.

   Setelah proses penarikan kesimpulan dilakukan, kemudian dilakukan penyusunan laporan yang menjelaskan mulai dari latar belakang hingga kesimpulan dan penutup.

Agar survei yang dilaksanakan berjalan secara sistematis dan mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, maka disusun langkah-langkah pelaksanaan survei tersebut. Penyusunan langkah-langkah pelaksanaan survei dilakukan dengan berpedoman pada metodologi pelaksanaan survei yang telah ditentukan sebelumnya. Penyusunan langkah-langkah pelaksanaan survei dilakukan untuk dijadikan acuan dalam pelaksanaan survei yang akan dilakukan. Lebih jelas terkait langkah-langkah pelaksanaan survei yang dimaksud dapa dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4. Alur pelaksanaan survei

Berdasarkan gambar di atas, diketahui bahwa terdapat 10 (sepuluh) langkah-langkah pelaksanaan survei efektivitas sosialisasi MPR tahun 2022. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing langkah tersebut.

Langkah 1: menyepakati lingkup dan tujuan survei

Pada tahapan ini dilakukan penentuan ruang lingkup dan tujuan dari pelaksanaan survei yang akan dilakukan. Penentuan ruang lingkup dan tujuan dilakukan untuk memberikan pedoman/koridor agar survei yang akan dilaksanakan dapat lebih terfokus, sehingga survei dapat dilaksanakan dengan efektif dan efisien dan mencapai tujuan yang diharapkan. Adapun ruang lingkup dari pelaksanaan survei efektivitas sosialisasi MPR tahun 2022 adalah survei dilaksanakan terhadap WNI yang sudah pernah mendapatkan sosialisasi empat pilar MPR RI (minimal satu kali), dan pengambilan sampel di lakukan pada tiap provinsi di Indonesia (34 provinsi). Sedangkan tujuan dari pelaksanaan survei ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat (responden) terhadap efektivitas pelaksanaan sosialisasi empat pilar MPR RI yang telah dilaksanakan.

Langkah 2: menentukan instrumen survei dan membentuk tim pelaksana survei

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan untuk membantu dalam pengumpulan data penelitian yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan dan tujuan penelitian. Penyusunan instrumen penelitian juga bertujuan agar penelitian dapat dilakukan dengan sistematis dan terarah. Instrumen penelitian merupakan hal yang mutlak dan tidak dapat dilewatkan dalam melakukan sebuah penelitian, baik itu penelitian kualitatif, kuantitatif, maupun penelitian campuran *(mixed metode).* Penelitian tidak dapat dilakukan jika belum mengembangkan/menyusun instrumen penelitian.

Instrumen pada survei efektivitas sosialisasi MPR tahun 2022 disusun dalam bentuk kuesioner. Kuesioner merupakan instrumen yang lazim dan sering digunakan dalam penelitian yang bersifat kuantitatif. Kuesioner berisikan serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang dibutuhkan dalam penelitian. Pertanyaan yang ada pada kuesioner dikelompokkan ke dalam beberapa sesi, sesuai dengan jenis informasi yang dibutuhkan, seperti profil dari responden (jenis kelamin, rentang usia, pendidikan, dll.), pengalaman, pendapat, sudut pandang responden, dan sebagainya.

Setelah menyusun kuesioner, kemudian dibentuk tim pelaksana survei dan pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing anggota tim. Seperti telah disebutkan sebelumnya, lokasi pengambilan sampel pada survei efektivitas sosialisasi MPR tahun 2022 dilakukan pada 34 provinsi di Indonesia. Oleh sebab itu, perlu untuk membentuk tim dan membagi tugas dan tanggung jawab kepada masing-masing anggota tim. Hal ini perlu dilakukan agar kegiatan survei dapat dilaksanakan dengan efektif dan efisien, mencapai tujuan yang diharapkan dan seusia dengan waktu dan biaya yang telah ditetapkan.

Langkah 3: menentukan *sampling design*

Sampling design merupakan proses yang dilakukan untuk menentukan sampel yang akan disurvei/diteliti pada populasi tertentu. Secara umum, *sampling design* terdiri atas dua tipe, yaitu: *probability sampling* dan *non-probaility*

sampling. Pada survei efektivitas sosialisasi MPR tahun 2022, tipe *sampling desing* yang dipilih adalah *multi-stage random sampling.* Pemilihan *multi-stage random sampling* dilakukan karena sesuai dengan karakter populasi yang dipilih.

Langkah 4: menentukan uji validitas dan uji reliabilitas

Setelah menentukan sampling desing, langkah selanjutnya adalah menentukan uji validitas dan uji reliabilitas pada sampel yang akan disurvei. Hal ini perlu dilakukan untuk memberikan ukuran sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner, dan memastikan instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan.

Langkah 5: melakukan akuisisi data sesuai *sampling design*

Setelah melakukan penyusunan instrumen, sampel, dan uji validitas dan reliabilitas penelitian, maka langkah selanjutnya adalah melakukan akuisisi/pengumpulan data yang dibutuhkan. Pada survei efektivitas sosialisasi MPR tahun 2022 yang akan dilakukan, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring *(online)* dan luring *(offline)* kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya.

Langkah 6: kodifikasi dan *data cleaning* hasil akuisisi

Setelah melakukan akuisisi/pengumpulan data yang dibutuhkan, langkah berikutnya adalah menyatukan data-data yang dikumpulkan melalui survei secara daring dan luring. Data-data dari kuesioner yang dikumpulkan secara luring terlebih dahulu ditransformasi ke dalam bentuk digital dengan melakukan *input* data *(data entry)* ke dalam format yang seragam dengan data yang dikumpulkan secara daring. Setelah seluruh data terkumpul dalam satu format, kemudian dilakukan kodifikasi dan pembersihan data *(data cleaning).* Pada tahapan ini data-data yang tidak lengkap dibersihkan/dikeluarkan dari data yang akan diuji. Pada tahapan ini juga dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap

data yang telah dikumpulkan. Pada tahapan ini dipastikan seluruh data sudah bersih dan valid sehingga dapat dilakukan analisis terhadap data tersebut.

Langkah 7: analisis hasil survei

Setelah data yang dikumpulkan dipastikan sudah dapat dianalisis, langkah berikutnya adalah melakukan analisis data. Analisis data bertujuan untuk menguji hipotesa dan menarik kesimpulan dari data tersebut. Seperti telah disebutkan sebelumnya, penarikan kesimpulan pada tahapan analisis hasil survei ini dilakukan dengan metode deskriptif. Metode deskriptif menggambar karakteristik/fenomena yang terjadi pada populasi yang diteliti/disurvei.

Langkah 8: menyusun laporan akhir survei

Laporan hasil survei merupakan penjabaran hasil survei yang dinarasikan sesuai dengan sistematika penulisan yang telah ditentukan.

Langkah 9: presentasi hasil survei

Pada tahapan presentasi hasil survei dilakukan pemaparan terhadap temuan, fakta, dan/atau fenomena yang didapatkan dari hasil analisis dan interpretasi terhadap data survei yang telah dikumpulkan.

Langkah 10: *project closing*

Project closing merupakan fase akhir dari seluruh rangkaian kegiatan survei. Dengan demikian *project closing* secara formal menyatakan bahwa seluruh rangkaian kegiatan survei telah sepenuhnya dilaksanakan dan hasil dari kegiatan tersebut telah disampaikan dan diserahkan kepada para pemangku kepentingan dan/atau pemberi proyek.

3.2 Variabel Survei

Variabel merupakan karakteristik, sifat, atribut, atau nilai yang dimiliki oleh individu atau objek penelitian yang memiliki variasi tertentu untuk kemudian dikaji/diteliti dan dilakukan penarikan kesimpulan. Variabel dapat berubah seiring berjalannya waktu. Secara umum terdapat 4 tipe variabel utama, yaitu: variabel terikat *(dependent variable),* variabel bebas *(independent variable)*,

variabel moderasi *(moderating variable)*, dan variabel mediasi *(mediating variabel).* Berikut penjelasan dari masing-masing variabel tersebut:

1. Variabel terikat *(dependent variable)* merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi fokus kajian. Peneliti biasanya mengobservasi variabel terikat untuk mengetahui dampak dari intervensi yang dilakukan.
2. Variabel bebas *(independent variable)* merupakan variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menyebabkan perubahan terhadap variabel terikat. Pengaruh atau perubahan tersebut dapat berupa pengaruh positif atau pengaruh negatif.
3. Variabel moderasi *(moderating variable)* merupakan variabel yang mempengaruhi arah dan/atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
4. Variabel mediasi *(mediating variabel)*

   Variabel mediasi adalah variabel yang baru muncul di antara waktu variabel bebas mulai berjalan untuk mempengaruhi variabel terikat sampai dengan akibat yang dialami oleh variabel terikat. Dengan demikian, terdapat dimensi waktu yang menjadi kriteria utama variabel mediasi. Variabel mediasi muncul sebagai fungsi dari variabel bebas yang berjalan di seluruh situasi dan membantu konsepsi serta menjelaskan pengaruh dari variabel bebas pada variabel terikat.

Gambar 5. Variabel penelitian

Gambar di atas menunjukkan bahwa terdapat 4 (empat) dimensi yang membentuk variabel efektivitas Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Keempat dimensi tersebut meliputi materi sosialisasi, metode sosialisasi, manfaat, serta sarana dan prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Berikut penjelasan dari masing-masing dimensi tersebut tersebut.

1. **Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI**

   Materi sosialisasi merupakan dimensi yang mengukur persepsi responden terhadap bahan tayang/materi sosialisasi. Variabel materi sosialisasi diukur melalui dua kriteria, yaitu desain dan relevansi materi. Pengukuran terhadap kriteria desain materi dilakukan untuk mengetahui persepsi responden terhadap desain materi/bahan tayang sosialisasi yang digunakan. Desain materi diukur melalui tingkat ketertarikan responden terhadap materi/bahan tayang, kemudahan responden dalam membaca dan memahami materi/bahan tayang. Pengukuran terhadap kriteria relevansi materi dilakukan terhadap opini responden terkait relevansi konten dari materi/bahan terhadap kondisi masyarakat terkini, dan opini responden terkait contoh-contoh yang ada pada materi sosialisasi, serta kesesuaian materi dengan tema sosialisasi yang dilaksanakan.

2. **Metode Sosialisi Empat Pilar MPR RI**

Metode sosialisasi empat pilar MPR RI merupakan dimensi yang mengukur persepsi responden terhadap metode penyampaian materi sosialisasi. Variabel metode sosialisasi diukur melalui dua subdimensi, yaitu: teknik penyampaian *(deliverables)* materi dan kompetensi narasumber. Subdimensi penyampaian materi diukur melalui opini responden terkait cara penyampaian materi sosialisasi oleh narasumber sehingga mudah dipahami dan ketersediaan kesempatan untuk berdiskusi atau tanya-jawab terkait materi dengan narasumber. Sedangkan subdimensi kompetensi narasumber diukur melalui opini responden terkait penguasaan materi oleh narasumber dan opini responden terhadap cara menjawab pertanyaan dan/atau jawaban narasumber.

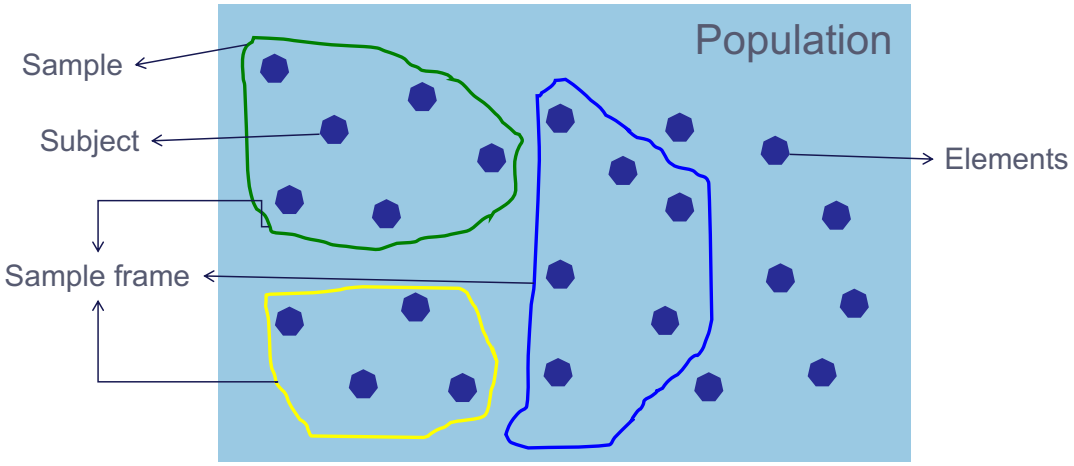
3. **Sarana dan Prasarana Sosialisi Empat Pilar MPR RI**

   Sarana dan prasarana merupakan dimensi yang secara tidak langsung mengukur kinerja Sekretariat Jenderal MPR RI dalam mendukung pelaksanaan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Dimensi sarana dan prasarana diukur melalui kemudahan akses lokasi dan kualitas sarana dan prasarana.

3.3 Teknik *Sampling* dan Penentuan Jumlah Sampel

Sampling merupakan proses dalam memilih individu, objek, atau kejadian yang tepat untuk merepresentasikan populasi secara keseluruhan. Teknik *sampling* sering digunakan dalam pengambilan data penelitian survei. Pada penelitian yang melibatkan jumlah data yang sangat besar, pengambilan data melalui teknik sampling dinilai lebih efektif dan efisien dibanding pengambilan data dari seluruh populasi. Hal ini disebabkan pengambilan data dari seluruh populasi akan menyerap lebih banyak waktu, biaya, tenaga dan sumber daya lainnya untuk mengumpulkan, menguji dan menganalisis data tersebut. Oleh sebab itu, pemilihan sampel yang digunakan untuk merepresentasikan populasi secara keseluruhan sangat menentukan kualitas dari data yang dikumpulkan. Kesalahan dalam menentukan sampel akan menyebabkan penelitian survei

yang dilakukan menjadi sia-sia. Terdapat beberapa hal penting dalam teknik sampling yang perlu diperhatikan, yaitu populasi, elemen, sampel, kerangka sampel, dan subjek.



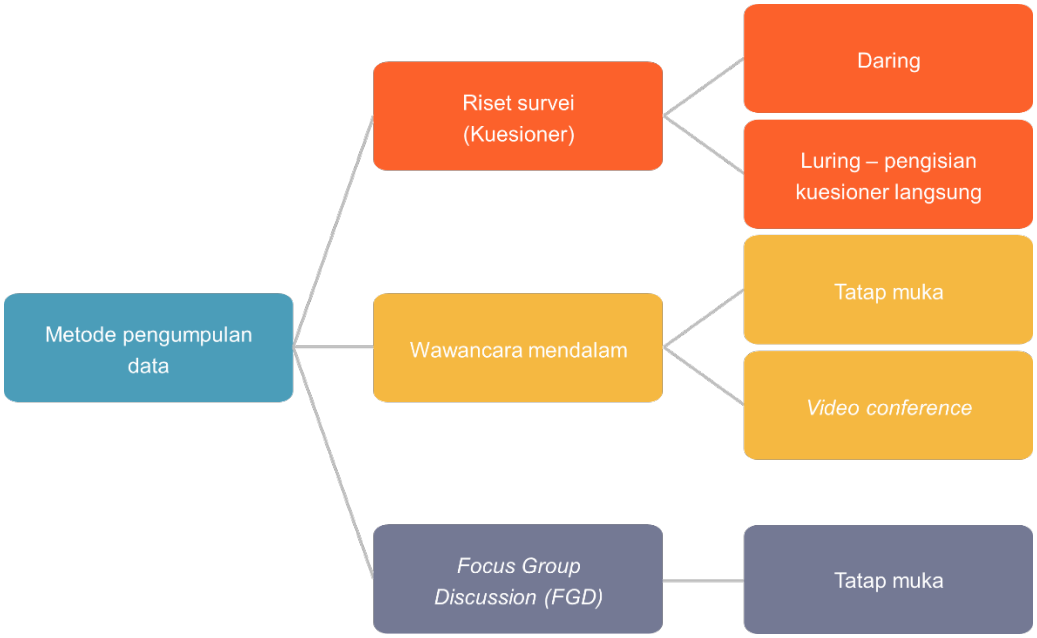
Gambar 6. Istilah penting dalam teknik sampling

- Populasi *(population*) merupakan kumpulan dari manusia, kejadian, atau hal-hal penting lainnya yang akan diteliti dan disimpulkan berdasarkan pengujian statistik.
- Elemen (element) merupakan individu atau objek yang ada di dalam populasi.
- Sampel (sample) merupakan bagian dari populasi yang disurvei.
- Kerangka sampling (sampling frame) merupakan representasi (fisik) dari seluruh elemen dalam populasi dimana sampel diambil.
- Subyek (Subject) merupakan individu/anggota tunggal dari sampel yang diteliti

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur pengumpulan, pengukuran, dan analisis akurasi data dari berbagai sumber yang valid guna menjawab kebutuhan data penelitian atau pertanyaan penelitian. Terdapat 3 (tiga) metode pengumpulan data yang populer digunakan dalam melakukan penelitian, yaitu

survei (*survey*), wawancara mendalam (*in-depth interview*), dan Focus Group Discussion (FGD).



Gambar 7. Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini:

a. Survei (*survey)* merupakan sistem pengumpulan data/informasi yang bertujuan untuk membandingkan, menjelaskan, atau menggambarkan pengetahuan, sikap, dan kebiasaan dari responden. Teknik pengumpulan data melalui survei sangat populer dilakukan karena memungkinkan untuk mengumpulkan data kualitatif dan data kuantitatif melalui berbagai jenis pertanyaan. Pertanyaan pada instrumen survei biasanya disusun dalam bentuk kuesioner yang akan diberikan kepada responden untuk dijawab.

   Pada survei efektivitas sosialisasi MPR yang dilakukan, instrumen kuesioner disebar dan diisi oleh peserta melalui daring (*online*), dan luring (*offline).* Jenis data yang dikumpulkan pada metode pengumpulan data melalui survei berupa data kuantitatif.

b. Wawancara mendalam (*in-depth interview*): wawancara mendalam merupakan salah satu metode pengumpulan data yang populer dalam penelitian kualitatif. Wawancara mendalam dilakukan melalui diskusi/ tanya-jawab secara intensif terhadap sejumlah kecil narasumber (biasanya satu orang) untuk menggali informasi, perspektif, atau pengetahuan dari narasumber tersebut terkait ide, fenomena, kejadian atau hal lain yang ingin diketahui oleh peneliti. Perbedaan mendasar dari wawancara mendalam dengan wawancara biasa adalah pada intensitas dan tingkat kedalaman dalam menggali informasi dari narasumber. Wawancara mendalam biasanya lebih intensif dan mendalam, sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama dibanding wawancara biasa.

   Pada survei efektivitas sosialisasi MPR ini juga dilakukan wawancara mendalam kepada responden. Wawancara mendalam ini dilakukan kepada responden yang dipilih secara acak *(random)* untuk menggali informasi lebih mendalam/memvalidasi/mengonfirmasi ulang jawaban dari masing-masing responden. Wawancara mendalam tersebut dilakukan secara luring/tatap muka langsung dan secara daring *(online)* melalui *video conference.* Jenis data yang dikumpulkan pada metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam berupa data kualitatif.

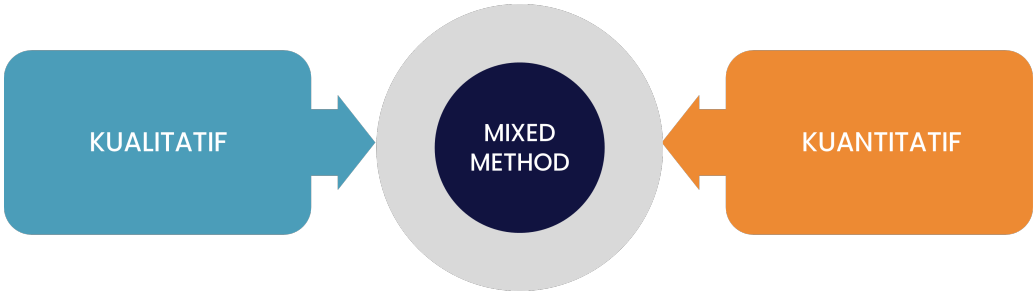
c. *Focus Group Discussion* (FGD) juga merupakan salah satu metode pengumpulan data yang populer dalam penelitian kualitatif. Sama halnya dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, FGD juga bertujuan untuk menggali informasi, perspektif, atau pengetahuan dari narasumber tersebut terkait ide, fenomena, kejadian atau hal lain yang ingin diketahui oleh peneliti. Perbedaan yang signifikan antara metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan FGD adalah dari jumlah narasumber yang diwawancara. Pengumpulan data

melalui FGD memiliki jumlah narasumber yang lebih banyak dibanding wawancara mendalam karena dilakukan dalam bentuk grup di waktu yang bersamaan, bukan individual seperti wawancara mendalam.

Pada survei efektivitas sosialisasi MPR yang sedang dilaksanakan, FGD dilakukan secara luring di tempat pengambilan data untuk menggali informasi tambahan yang dibutuhkan/memvalidasi/mengonfirmasi ulang jawaban responden. Jenis data yang dikumpulkan pada metode pengumpulan data melalui FGD berupa data kualitatif.

3.5 Teknik Analisis Data

Data penelitian yang telah dikumpulkan pada tahapan sebelumnya (tahapan pengumpulan data) kemudian dianalisis untuk menarik kesimpulan dan interpretasi dari data tersebut. Analisis terhadap data tersebut dilakukan dengan metode campuran *(mixed method).* Metode campuran merupakan teknik analisis data yang menggabungkan atau mengintegrasikan dua metode analisis data yaitu metode kuantitatif dan kualitatif.



Gambar 8. Teknik analisis data

Data kuantitatif dari penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner survei yang dilakukan secara daring dan luring. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode kuantitatif melalui uji statistik dengan menggunakan program perangkat lunas SPSS yang dikembangkan oleh IBM. Sedangkan data kualitatif pada penelitian ini didapatkan melalui serangkaian kegiatan wawancara mendalam dan FGD terhadap responden survei. Pemilihan

responden survei yang akan diwawancara mendalam dan FGD dilakukan melalui metode *random sampling*, dimana responden yang telah menjawab kuesioner dipilih secara acak untuk menggali informasi tambahan berdasarkan jawaban yang diberikan melalui pengisian kuesioner. Hasil dari wawancara mendalam dan FGD tersebut kemudian dilakukan analisis dengan metode kualitatif, dimana seluruh jawaban responden ditranskripsi dan dilakukan proses *coding* untuk kemudian dianalisis guna mendapatkan kesimpulan dari jawaban keseluruhan responden.

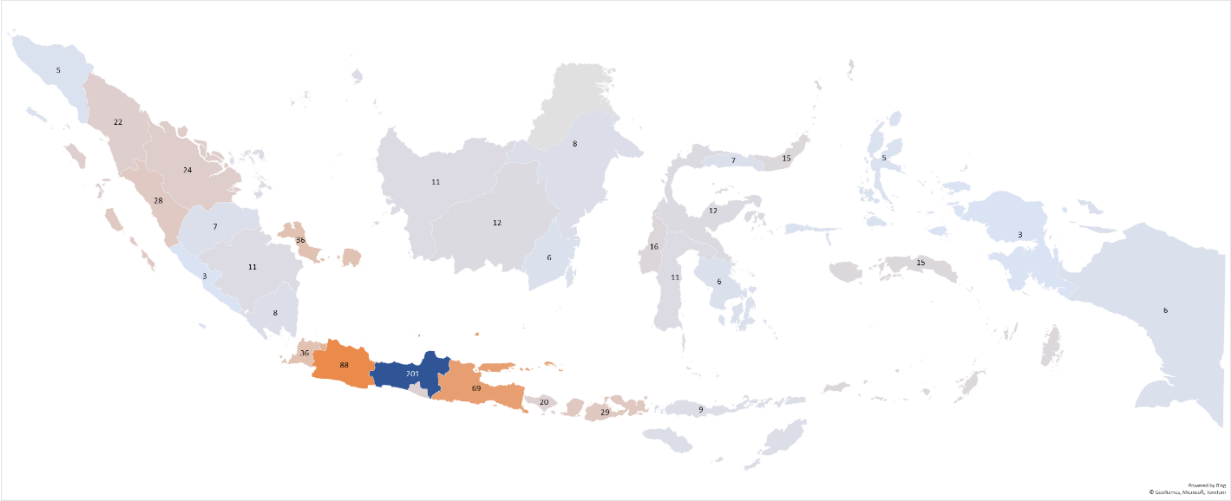
BAB 4 TEMUAN DAN ANALISIS SURVEI

4.1 Demografi Responden

Demografi responden menggambarkan karakteristik dan latar belakang dari responden yang mungkin akan mempengaruhi keputusan, opini, atau respons mereka terhadap suatu hal atau kejadian. Informasi terkait demografi responden akan membantu dalam memahami karakteristik dari responden diteliti. Demografi dari responden pada survei efektivitas sosialisasi empat pilar MPR RI tahun 2022 adalah: lokasi pengambilan sampel, Pendidikan terakhir, jenis kelamin, rentang usia, jenis sosialisasi yang pernah diikuti, dan frekuensi mendapatkan sosialisasi.

4.1.1 Lokasi Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel untuk survei efektivitas sosialisasi empat pilar MPR RI dilakukan di 34 (tiga puluh empat) Provinsi yang ada di Indonesia yang dapat di lihat pada gambar di bawah.



Gambar 9. Lokasi pengambilan sampel

Grafik di atas menunjukkan bahwa mayoritas sampel berada di provinsi Jawa, yaitu Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Jawa timur serta DKI Jakarta dan Provinsi

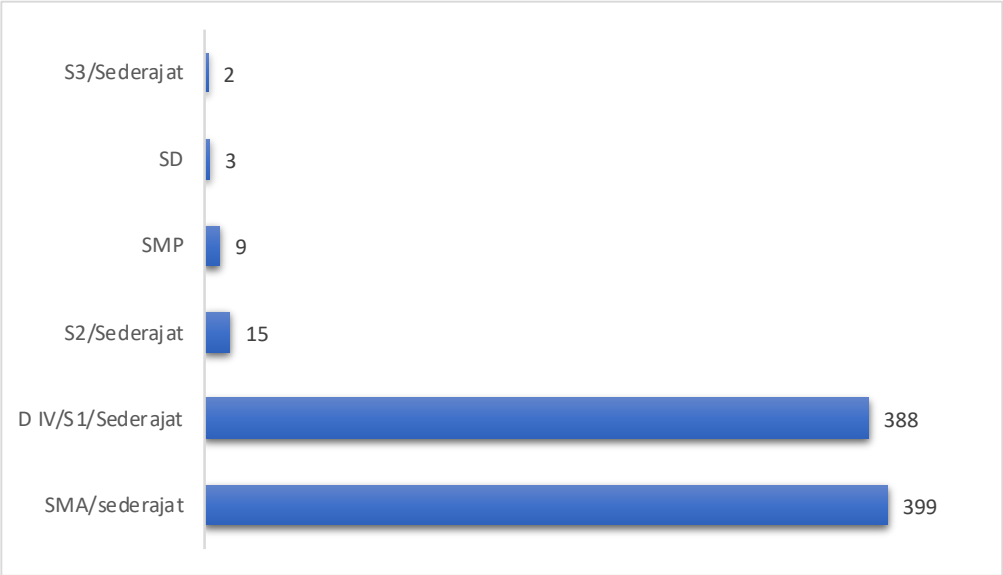
Banten. Jumlah sampel di provinsi Jawa Tengah sebanyak 21 orang atau sebesar 24,63% dari total populasi sampel, jumlah sampel di provinsi Jawa Barat sebanyak 88 orang atau sebesar 10,78% dari total populasi sampel, jumlah sampel di provinsi Jawa Timur sebanyak 69 orang atau sebesar 8,64% dari total populasi sampel, jumlah sampel di provinsi DKI Jakarta sebanyak 49 orang atau sebesar 6% dari total populasi sampel, dan terakhir jumlah sampel di provinsi Banten sebanyak 36 orang atau sebesar 4,41% dari total populasi sampel.

NO	PROVINSI	TOTAL RESPONDEN	NO	PROVINSI	TOTAL RESPONDEN
1	Jawa Tengah	201	18	Sumatera Selatan	11
2	Jawa Barat	88	19	Kalimantan Barat	11
3	Jawa Timur	69	20	Sulawesi Selatan	11
4	DKI Jakarta	49	21	Kepulauan Riau	10
5	Bangka Belitung	36	22	Nusa Tenggara Timur	9
6	Banten	36	23	Lampung	8
7	Nusa Tenggara Barat	29	24	Kalimantan Timur	8
8	Sumatera Barat	28	25	Jambi	7
9	Riau	24	26	Kalimantan Utara	7
10	Sumatera Utara	22	27	Gorontalo	7
11	DI Yogyakarta	21	28	Kalimantan Selatan	6

NO	PROVINSI	TOTAL RESPONDEN	NO	PROVINSI	TOTAL RESPONDEN
12	Bali	20	29	Sulawesi Tenggara	6
13	Sulawesi Barat	16	30	Papua	6
14	Sulawesi Utara	15	31	Aceh	5
15	Maluku	15	32	Maluku Utara	5
16	Kalimantan Tengah	12	33	Bengkulu	3
17	Sulawesi Tengah	12	34	Papua Barat	3

4.1.2 Jenjang Pendidikan Terakhir Responden

Jenjang pendidikan terakhir responden yang diukur pada survei efektivitas sosialisasi empat pilar MPR RI 2022 ini adalah Sekolah Dasar (SD), SMP, SMA/Sederajat, D IV/S1/Sederajat, S2/Sederajat, S3/Sederajat. Lebih detail terkait jenjang pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada grafik di bawah ini.

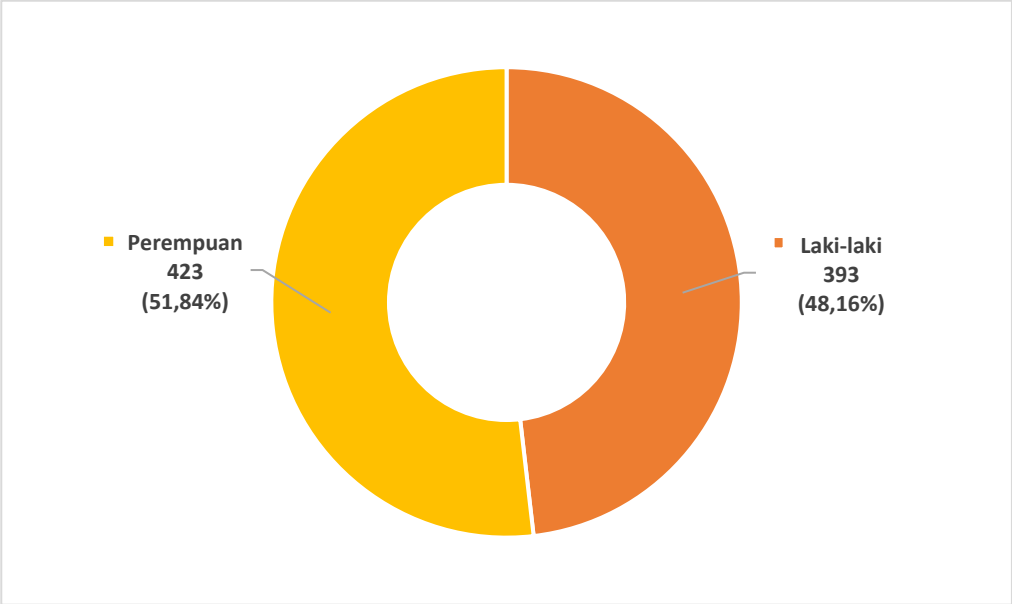


Gambar 10. Pendidikan terakhir responden

Berdasarkan grafik di atas, dapat diketahui bahwa Pendidikan terakhir mayoritas responden adalah tingkat SMA/Sederajat yaitu sebanyak 399 orang atau sebesar 48,90% dari total populasi sampel. Kemudian di urutan kedua adalah tingkat D IV/S1/Sederajat yaitu sebanyak 388 orang, atau sebesar 47,55% dari total populasi sampel. Selebihnya sebesar 3,55% tingkat Pendidikan responden adalah S2/Sederajat, SMP/Sederajat, tingkat Sekolah Dasar (SD), dan S3/Sederajat dengan perincian sebagai berikut: tingkat S2/Sederajat sebanyak 15 orang atau sebesar 1,84%, tingkat SMP/Sederajat sebanyak 9 orang atau sebesar 1,10%, tingkat SD sebanyak 3 orang atau sebesar 0,37%, dan terakhir S3/Sederajat sebanyak 2 orang atau sebesar 0,25% dari total populasi sampel.

4.1.3 Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin responden yang diukur pada survei efektivitas sosialisasi empat pilar MPR RI 2022 ini adalah laki-laki dan perempuan. Lebih detail terkait jenis kelamin responden dapat dilihat pada grafik di bawah ini.

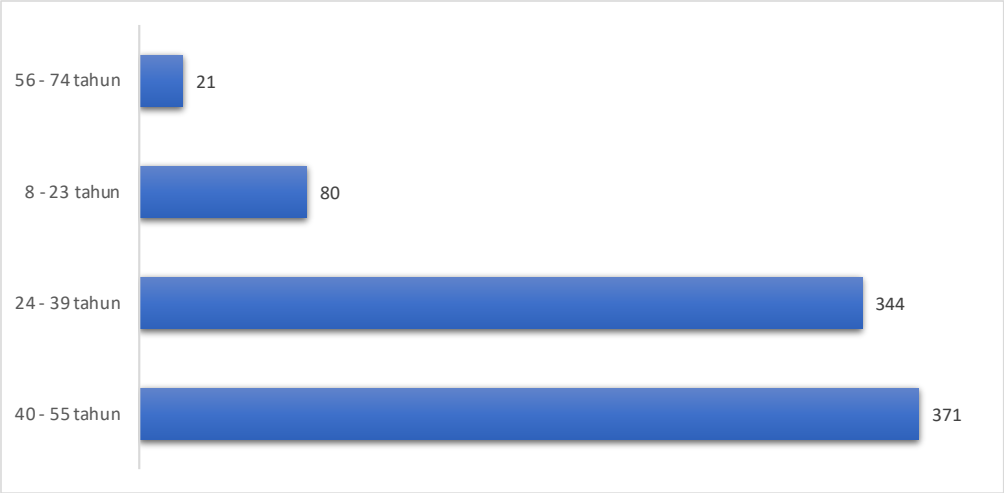


Gambar 11. Jenis kelamin responden

Grafik di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 423 orang atau sekitar 51,84%, sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 397 orang atau sekitar 48,16% dari total populasi sampel.

4.1.4 Rentang Usia Responden

Rentang usia responden yang diukur pada survei efektivitas sosialisasi empat pilar MPR RI 2022 ini adalah 8 - 23 tahun, 24 - 39 tahun, 40 - 55 tahun, 56 - 74 tahun. Lebih detail terkait rentang usia responden dapat dilihat pada grafik di bawah ini.

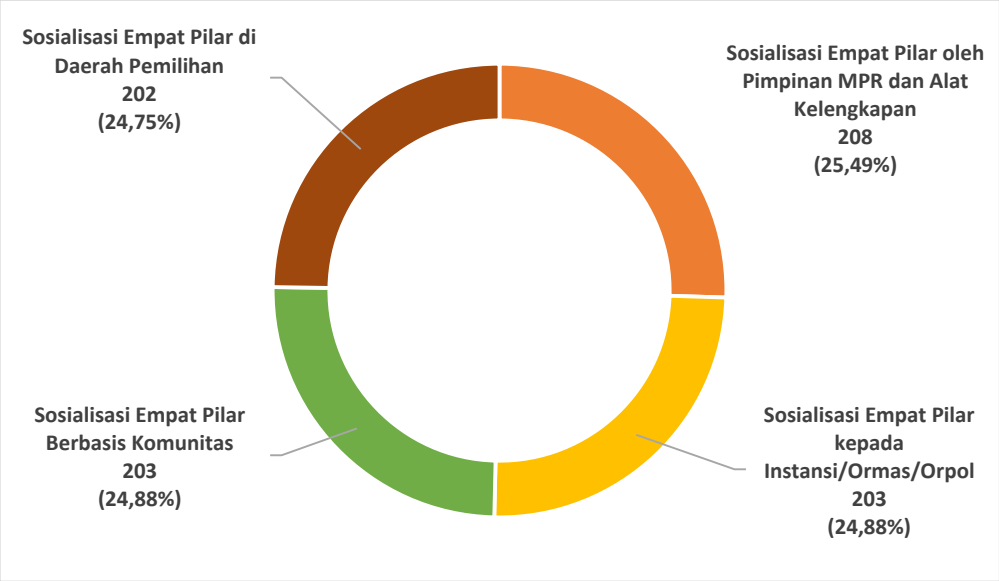


Gambar 12. Rentang usia responden

Grafik di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden survei berada pada rentang usia 40 - 55 tahun, yaitu sebanyak 371 orang atau sebesar 45,47% dari total populasi sampel. Selanjutnya responden terbanyak kedua berada pada rentang usia 24 - 39 tahun, yaitu sebanyak 344 orang atau sebesar 42,16% dari total populasi sampel. Selanjutnya rentang usia 8 - 23 tahun, yaitu sebanyak 80 orang atau sebesar 9,80% dari total populasi sampel, dan terakhir rentang usia 56 - 74 tahun, yaitu sebanyak 21 orang atau sebesar 2,57% dari total populasi sampel.

4.1.5 Jenis Sosialisasi Empat Pilar MPR RI yang Diikuti Responden

Jenis sosialisasi yang pernah diikuti responden yang diukur pada survei efektivitas sosialisasi empat pilar MPR RI 2022 ini adalah Sosialisasi Empat Pilar oleh Pimpinan MPR dan Alat Kelengkapan, Sosialisasi Empat Pilar kepada Instansi/Ormas/Orpol, Sosialisasi Empat Pilar Berbasis Komunitas, Sosialisasi Empat Pilar di Daerah Pemilihan. Lebih detail terkait Jenis sosialisasi yang pernah diikuti responden dapat dilihat pada grafik di bawah ini.



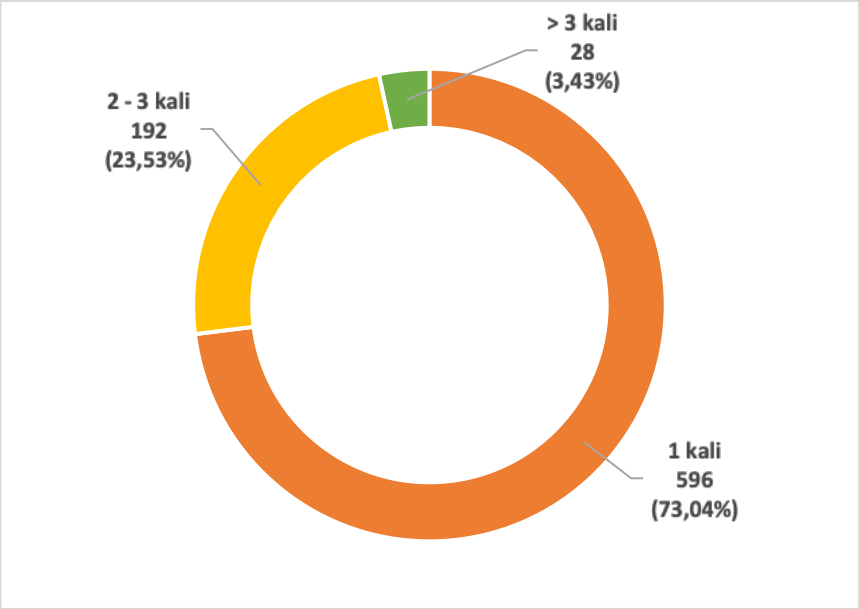
Gambar 13. Jenis sosialisasi yang pernah diikuti responden

Grafik di atas menunjukkan bahwa jenis sosialisasi yang diikuti oleh responden tersebar secara merata, artinya sekitar ¼ atau 25% responden mengikuti sosialisasi empat pilar oleh pimpinan MPR dan alat kelengkapan, sosialisasi empat pilar kepada instansi/ormas/orpol, sosialisasi empat pilar berbasis komunitas, sosialisasi empat pilar di daerah pemilihan. Sosialisasi empat pilar oleh pimpinan MPR dan alat kelengkapan diikuti sebanyak 208 responden atau sekitar 25,49%. Sosialisasi empat pilar berbasis komunitas dan sosialisasi empat pilar kepada instansi/ormas/orpol diikuti sebanyak 203 responden atau

sebesar 24,88%. Adapun sosialisasi empat pilar di daerah pemilihan diikuti sebanyak 202 responden atau sebanyak 24,75%.

4.1.6 Frekuensi Partisipasi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Frekuensi responden mengikuti kegiatan sosialisasi empat pilar MPR RI yang diukur pada survei efektivitas sosialisasi empat pilar MPR RI 2022 ini adalah 1 kali, 2-3 kali, >3 kali. Lebih detail terkait frekuensi responden mengikuti kegiatan sosialisasi dapat dilihat pada grafik di bawah ini.



Gambar 14. Frekuensi responden mengikuti kegiatan sosialisasi

Grafik di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden mengikuti sosialisasi empat pilar MPR RI dengan frekuensi 1 kali, yaitu sebanyak 596 responden atau sebesar 73,04% dari total populasi responden. Berikutnya, jumlah responden yang mengikuti sosialisasi empat pilar MPR RI dengan frekuensi 2-3 kali adalah sebanyak 192 responden atau sebesar 23,53% dari total populasi responden. Adapun jumlah responden yang mengikuti kegiatan sosialisasi > dari 3 kali sebanyak 28 orang atau sebesar 3,43% dari total populasi responden.

4.2 Temuan Efektivitas materi sosialisasi empat pilar MPR RI

Materi sosialisasi merepresentasikan desain dan konten bahan tayang yang digunakan untuk melakukan kegiatan sosialisasi Empat Pilar MPR RI kepada peserta. Efektivitas materi sosialisasi direpresentasikan oleh temuan terkait sub variabel desain materi yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi dan relevansi materi dengan kondisi/isu terkini yang berkembang di masyarakat. Desain materi diukur melalui 2 (dua) pertanyaan, dan relevansi materi diukur melalui 3 (tiga) pertanyaan yang dapat dilihat pada tabel di bawah. Masing-masing pertanyaan dari sub variabel akan dibahas secara umum dan secara khusus. Pembahasan secara umum mencakup pengungkapan persepsi responden dari masing-masing sub variabel desain materi dan relevansi materi. Pembahasan khusus mencakup pemetaan persepsi responden dari masing-masing butir pertanyaan pada sub variabel terhadap demografi responden. Berikut butir pertanyaan terkait efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.

Tabel 2. Subdimensi dan Butir Pertanyaan Efektivitas Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

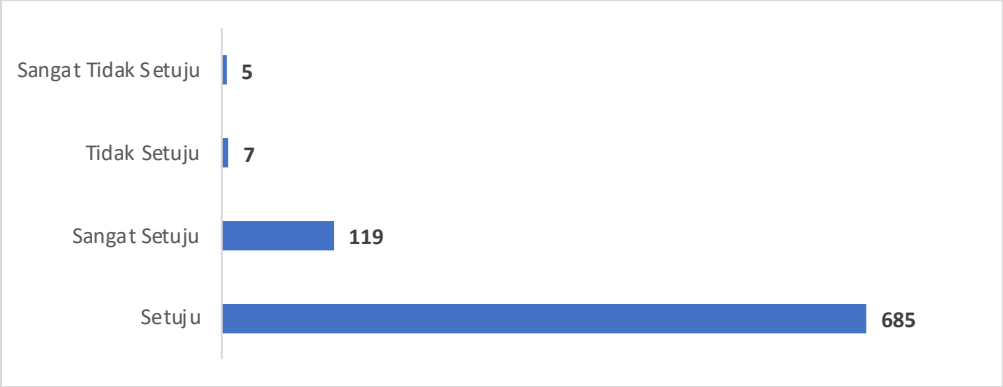
Subdimensi	Kode	Butir Pertanyaan
Desain materi	P1	Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi menarik
	P2	Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi mudah untuk dibaca dan dipahami
Relevansi materi	P3	Isi materi/bahan tayang sosialisasi sesuai dengan kondisi kehidupan bermasyarakat saat ini
	P4	Isi materi/bahan tayang sosialisasi dilengkapi dengan contoh nyata dan jelas
	P5	Materi yang disampaikan sesuai dengan tema sosialisasi

4.2.1 Temuan Desain Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Tujuan pengukuran persepsi desain materi adalah untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden mengenai tampilan

materi/bahan tayang Sosialisasi Empat Pilar MPR RI yang digunakan. Materi sosialisasi (dapat berupa buku saku, makalah, bahan tayang/paparan, dll.) merupakan komponen penting yang tak terpisahkan dari kegiatan sosialisasi. Materi sosialisasi juga merupakan salah satu media komunikasi antara narasumber dengan peserta sosialisasi. Sebagai media komunikasi, Desain/tampilan dari materi sosialisasi harus dirancang semenarik mungkin secara visual sehingga mampu meningkatkan motivasi, minat, dan ketertarikan peserta untuk selalu fokus dalam mengikuti materi yang disajikan. Disamping memiliki desain/tampilan visual yang menarik, materi sosialisasi harus mudah untuk dibaca dan dipahami oleh seluruh peserta yang memiliki latar belakang yang beragam. Dengan demikian, efektivitas dalam penyelenggaraan sosialisasi dapat ditingkatkan. Persepsi efektivitas desain materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI diukur melalui 2 (dua) butir pertanyaan kuesioner daring yang akan dibahas lebih rinci sebagai berikut.

Berdasarkan hasil survei, berikut temuan persepsi responden mengenai pernyataan “tampilan materi/bahan tayang sosialisasi menarik”.

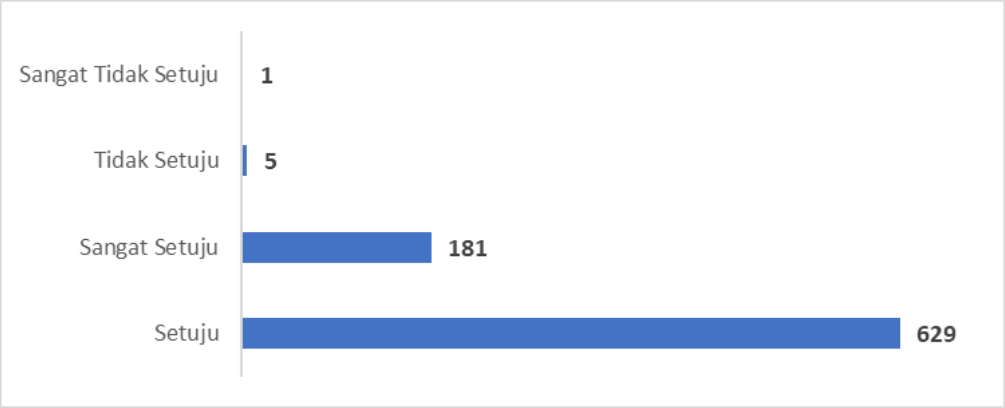


Gambar 15. Persepsi Responden Terhadap Tampilan Materi/Bahan Tayang Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa ”tampilan materi/bahan tayang sosialisasi menarik”. Persepsi tersebut dapat

dilihat dari komposisi persepsi sebanyak 83,95% (685 responden) menyatakan "Setuju" dengan pernyataan tersebut. Di urutan kedua sebesar 14,58% (119 responden) menyatakan "Sangat Setuju" dengan pernyataan tersebut. Sisanya sebesar 0,86% (7 responden) menyatakan tidak setuju dan 0,61% (5 responden) menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Analisis selanjutnya dilakukan terhadap pernyataan "Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi mudah untuk dibaca dan dipahami". Berikut persepsi responden mengenai butir pertanyaan tersebut.



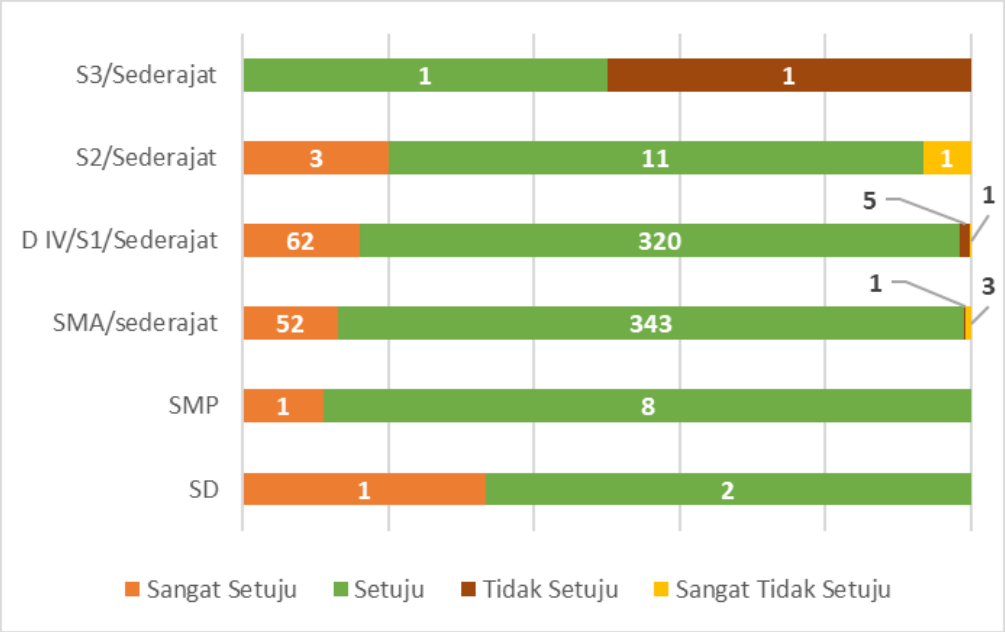
Gambar 16. Persepsi Reponden Mengenai Kemudahan Membaca dan Memahami Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa tampilan materi/bahan tayang sosialisasi mudah untuk dibaca dan dipahami. Persepsi tersebut dapat dilihat dari komposisi persepsi sebesar 77,08% (629 responden) menyatakan "Setuju" dengan pernyataan tersebut. Di urutan kedua sebesar 22,18% (181 responden) menyatakan "Sangat Setuju" dengan pernyataan tersebut. Sisanya sebesar 0,61% (5 responden) menyatakan tidak setuju dan 0,12% (1 responden) menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

4.2.2 Pemetaan Desain Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Tahapan berikutnya pemetaan efektivitas materi sosialisasi terhadap demografi responden. Tujuan pemetaan ini untuk melihat lebih detail mengenai karakteristik demografi responden terhadap persepsi yang diberikan. Lebih lanjut mengenai pemetaan demografi dan persepsi responden terhadap desain materi sosialisasi akan dijelaskan pada grafik di bawah.

Pemetaan bagian pertama terkait butir pertanyaan **"tampilan materi/bahan tayang sosialisasi menarik".** Pemetaan akan dilakukan secara berurutan berdasarkan demografi responden, dimulai dari jenjang pendidikan, jenis kelamin, rentang usia dan frekuensi partisipasi. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing demografi responden tersebut.

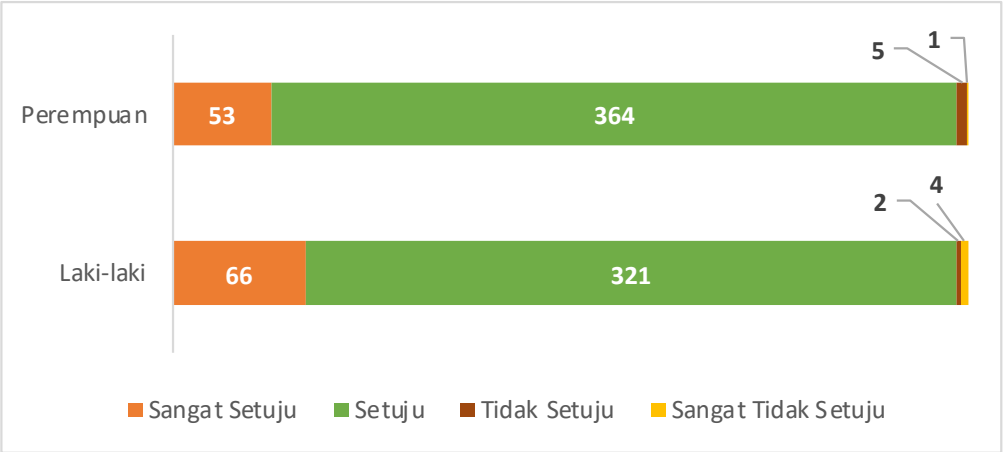


Gambar 17. Pemetaan Persepsi Tampilan Materi/Bahan Tayang Sosialisasi Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 50% (1 responden) menyatakan Setuju dan 50% (1 responden) lainnya menyatakan Tidak Setuju.
2. S2/Sederajat: sebesar 73,33% (11 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 20% (3 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 6,67% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 82,47% (320 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 15,98% (62 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,29% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,26% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
4. SMA/Sederajat: sebesar 85,96% (343 responden) menyatakan setuju. Sebesar 13,03% (52 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,75% (3 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
5. SMP: sebesar 88,89% (8 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 11,11% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju
6. SD: sebesar 66,67% (2 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 33,33% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap jenis kelamin peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

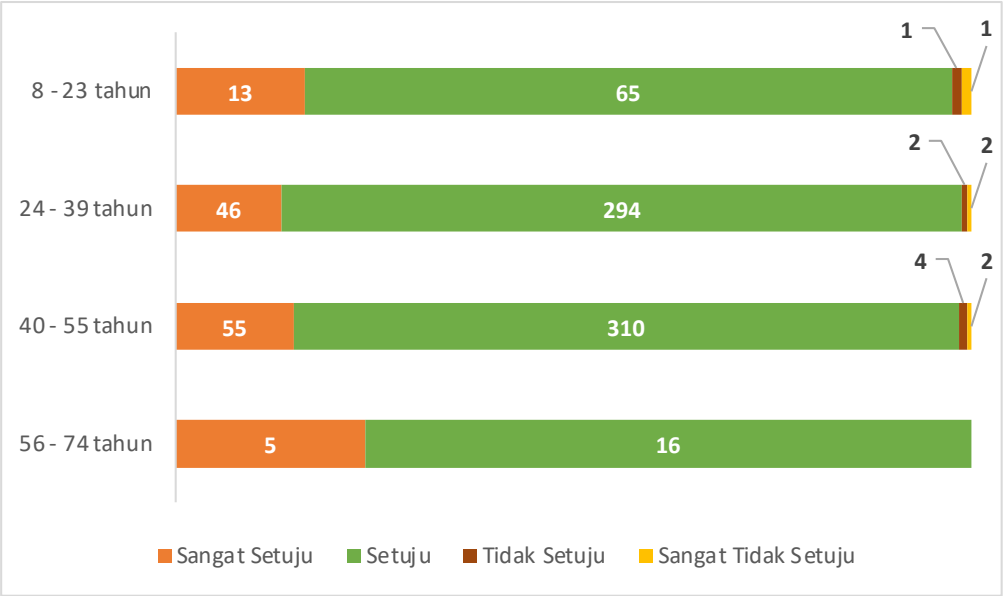


Gambar 18. Pemetaan Persepsi Tampilan Materi/Bahan Tayang Sosialisasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 86,05% (364 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 12,53% (53 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,18% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya, sebesar 0,24% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
2. Laki-laki: sebesar 81,68% (321 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 16,79% (66 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,02% (4 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,51% (2 responden) menyatakan Tidak Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

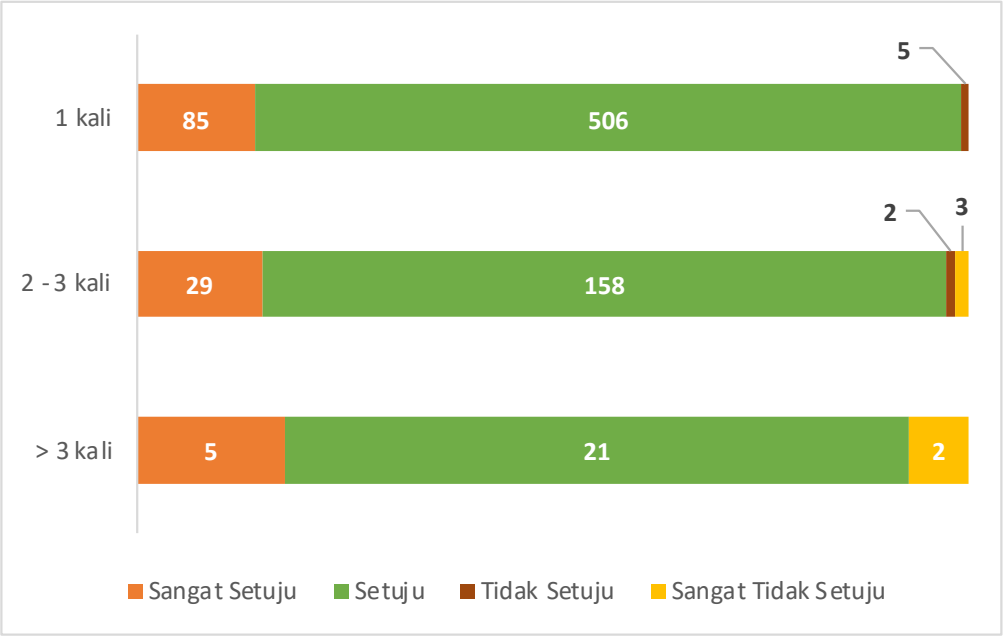


Gambar 19. Pemetaan Persepsi Tampilan Materi/Bahan Tayang Sosialisasi Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 81,25% (65 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 16,25% (13 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,25% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Sisanya sebesar 1,25% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 85,47% (294 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 13,37% (46 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 0,58% (2 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,58% (2 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 83,56% (310 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 14,82% (55 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,08% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,54% (2 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 76,19% (16 responden) menyatakan Setuju, sisanya sebesar 23,81% (5 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap frekuensi partisipasi peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

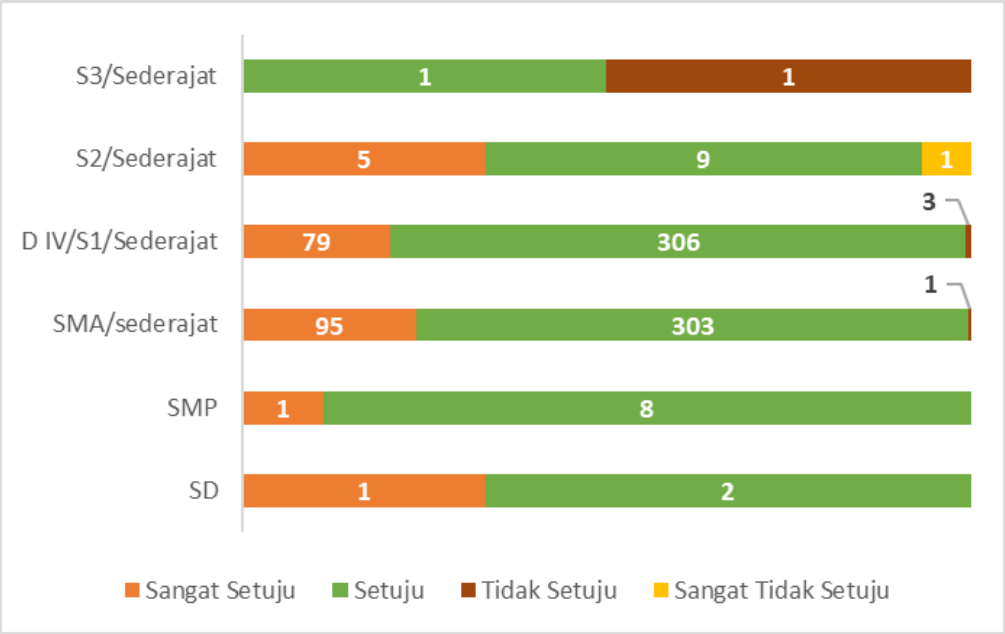


Gambar 20. Pemetaan Persepsi Tampilan Materi/Bahan Tayang Sosialisasi Berdasarkan Partisipasi Sosialisasi

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan frekuensi partisipasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 84,90% (506 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 14,26% (85 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,84% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 82,29% (158 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 15,10% (29 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,56% (3 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Sisanya sebesar 1,04% (2 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 75% (21 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 17,86% (5 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 7,14% (2 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan bagian kedua terkait butir pertanyaan **"Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi mudah untuk dibaca dan dipahami".** Pemetaan akan dilakukan secara berurutan berdasarkan demografi, dimulai dari jenjang pendidikan, jenis kelamin, rentang usia dan frekuensi partisipasi. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing demografi responden tersebut.



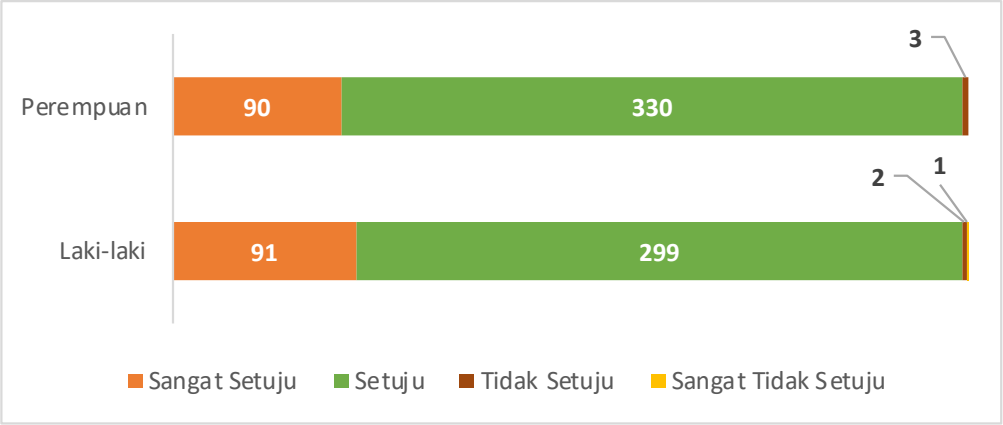
Gambar 21. Pemetaan Persepsi Kemudahan Membaca dan Memahami Materi Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 50% (1 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 50% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. S2/Sederajat: sebesar 60% (9 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 33,33% (5 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 6,67% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 78,87% (306 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 20,36% (79 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,77% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju.

4. SMA/Sederajat: sebesar 75,94% (303 responden) menyatakan setuju. Sebesar 23,81% (95 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
5. SMP: sebesar 88,89% (8 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 11,11% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju
6. SD: sebesar 66,67% (2 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 33,33% (1 responden) menyatakan Setuju

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap jenis kelamin peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

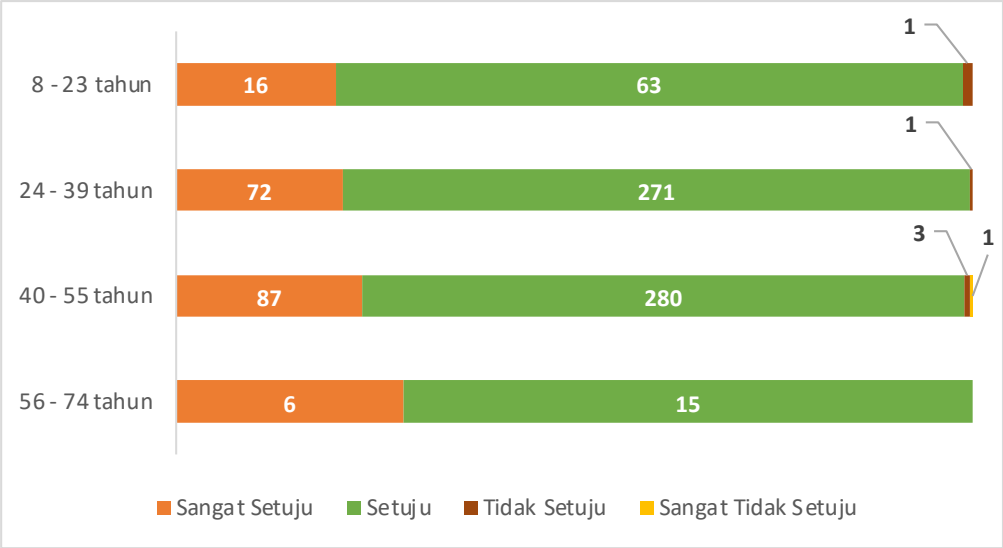


Gambar 22. Pemetaan Persepsi Kemudahan Membaca dan Memahami Materi Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 78,01% (330 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 21,28% (90 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya, sebesar 0,71% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Laki-laki: sebesar 76,08% (299 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 23,16% (91 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 0,51% (2 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



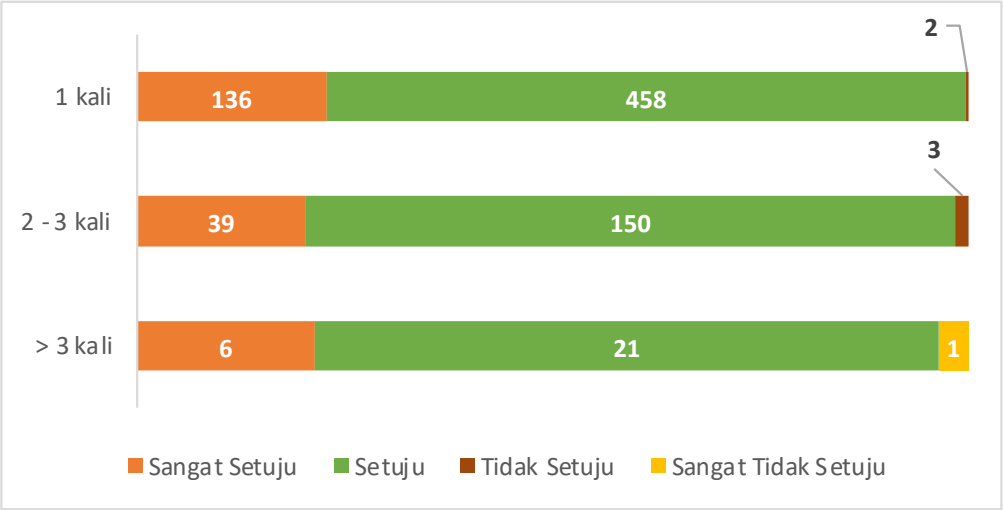
Gambar 23. Pemetaan Persepsi Kemudahan Membaca dan Memahami Materi Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 78,75% (63 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 20% (16 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,25% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 78,78% (271 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 20,93% (72 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,29% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 75,47% (280 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 23,45% (87 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 0,81% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,27% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 71,43% (15 responden) menyatakan Setuju, dan sisanya sebesar 28,57% (6 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap frekuensi partisipasi peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



Gambar 24. Pemetaan Persepsi Kemudahan Membaca dan Memahami Materi Berdasarkan Frekuensi Sosialisasi

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan frekuensi partisipasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 76,85% (458 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 22,82% (136 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,34% (2 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 78,13% (150 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 20,31% (39 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,56% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju.

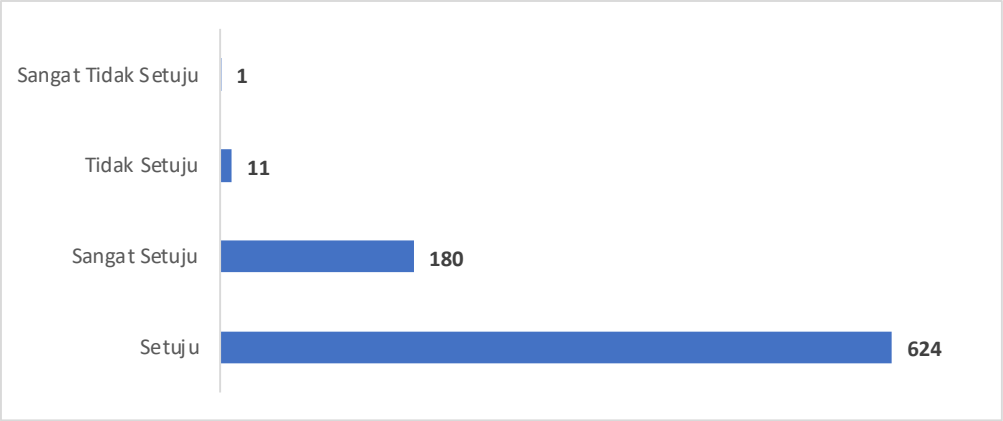
Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 75% (21 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 21,43% (6

responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

4.2.3 Relevansi materi sosialisasi Empat Pilar MPR RI (deskriptif)

Tujuan dari pengukuran persepsi responden terhadap relevansi materi sosialisasi adalah untuk mengetahui efektivitas dari konten/bahan tayang yang digunakan narasumber dalam menyampaikan materi sosialisasi kepada peserta sosialisasi. Agar mudah dipahami, isi materi/konten dari bahan tayang sosialisasi harus relevan/sesuai dengan tema sosialisasi, dilengkapi dengan contoh nyata dan sesuai dengan kondisi kehidupan bermasyarakat saat ini. Persepsi efektivitas relevansi materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI diukur melalui 3 (tiga) butir pertanyaan kuesioner daring yang akan dibahas lebih rinci sebagai berikut.

Berdasarkan hasil survei, berikut temuan persepsi responden mengenai pernyataan "isi materi/bahan tayang sosialisasi sesuai dengan kondisi kehidupan bermasyarakat saat ini".

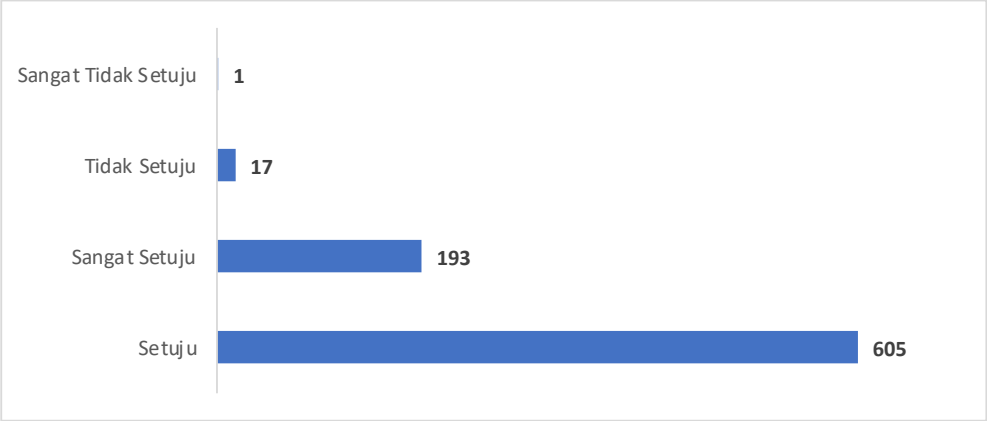


Gambar 25. Persepsi Responden Terhadap Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Kondisi Bermasyarakat

Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa isi materi/bahan tayang sosialisasi sesuai dengan kondisi kehidupan bermasyarakat saat ini. Persepsi tersebut dapat dilihat dari komposisi persepsi

sebesar 76,47% (624 responden) menyatakan “Setuju” dengan pernyataan tersebut. Di urutan kedua sebesar 22,06% (180 responden) menyatakan “Sangat Setuju” dengan pernyataan tersebut. Sisanya sebesar 1,35% (11 responden) menyatakan tidak setuju dan 0,12% (1 responden) menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

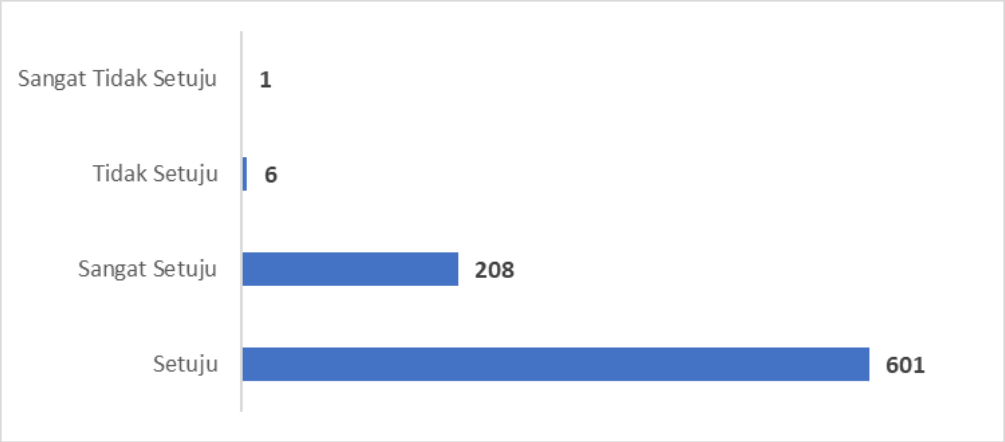
Analisis selanjutnya dilakukan terhadap pernyataan “isi materi/bahan tayang sosialisasi dilengkapi dengan contoh nyata dan jelas”. Berikut persepsi responden mengenai butir pertanyaan tersebut.



Gambar 26. Persepsi Responden Terhadap Pemberian Contoh Nyata dan Jelas dalam Materi/Bahan Tayang

Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa isi materi/bahan tayang sosialisasi dilengkapi dengan contoh nyata dan jelas. Persepsi tersebut dapat dilihat dari komposisi persepsi sebesar 74,14% (605 responden) menyatakan “Setuju” dengan pernyataan tersebut. Di urutan kedua sebesar 23,65% (193 responden) menyatakan “Sangat Setuju” dengan pernyataan tersebut. Sisanya sebesar 2,08% (17 responden) menyatakan tidak setuju dan 0,12% (1 responden) menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Analisis selanjutnya dilakukan terhadap pernyataan “materi yang disampaikan sesuai dengan tema sosialisasi”. Berikut persepsi responden mengenai butir pertanyaan tersebut.



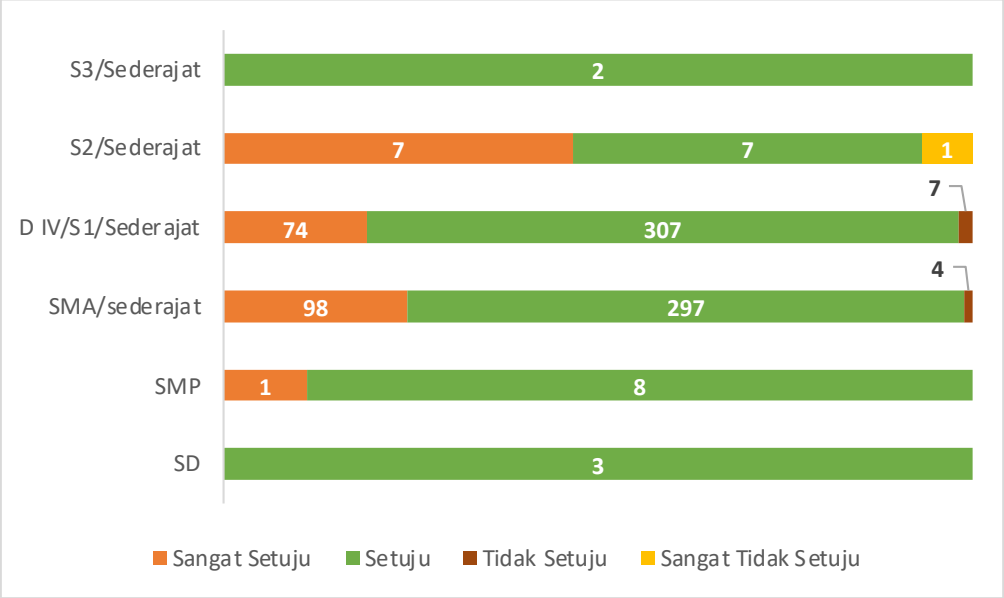
Gambar 27. Persepsi Responden Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Tema Sosialisasi

Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa materi yang disampaikan sesuai dengan tema sosialisasi. Persepsi tersebut dapat dilihat dari komposisi persepsi sebesar 73,65% (601 responden) menyatakan “Setuju” dengan pernyataan tersebut. Di urutan kedua sebesar 25,49% (208 responden) menyatakan “Sangat Setuju” dengan pernyataan tersebut. Sisanya sebesar 0,74% (6 responden) menyatakan tidak setuju dan 0,12% (1 responden) menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

4.2.4 Pemetaan Relevansi Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Tahapan berikutnya pemetaan efektivitas relevansi materi sosialisasi terhadap demografi responden. Tujuan pemetaan ini untuk melihat lebih detail mengenai karakteristik demografi responden terhadap persepsi yang diberikan. Lebih lanjut mengenai pemetaan demografi dan persepsi responden terkait relevansi materi sosialisasi akan dijelaskan pada grafik di bawah.

Pemetaan bagian pertama terkait butir pertanyaan **"Isi materi/bahan tayang sosialisasi sesuai dengan kondisi kehidupan bermasyarakat saat ini".** Pemetaan akan dilakukan secara berurutan berdasarkan demografi, dimulai dari jenjang pendidikan, jenis kelamin, rentang usia dan frekuensi partisipasi. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing demografi responden tersebut.



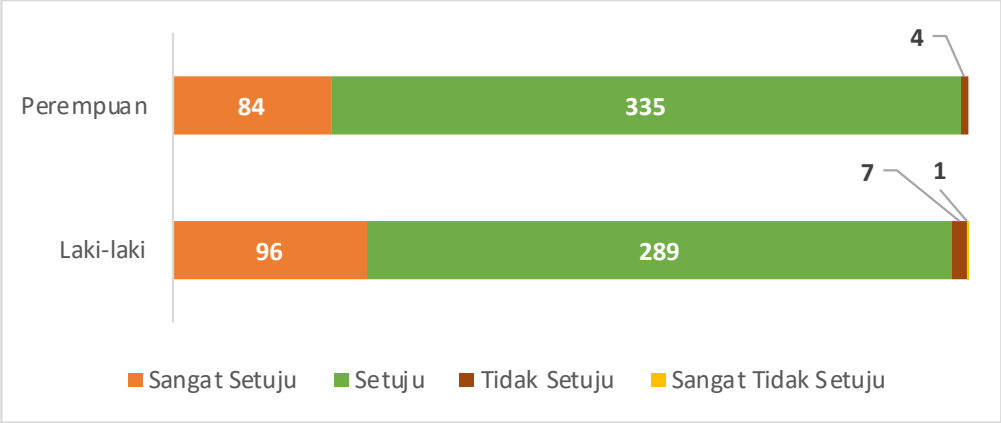
Gambar 28. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Kondisi Bermasyarakat Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 100% (2 responden) menyatakan Setuju.
2. S2/Sederajat: sebesar 93,33% (masing-masing 7 responden) menyatakan Sangat Setuju dan Setuju. Sisanya sebesar 6,67% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 79,12% (307 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 19,07% (74 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,80% (7 responden) menyatakan Tidak Setuju.

4. SMA/Sederajat: sebesar 74,44% (297 responden) menyatakan setuju. Sebesar 24,56% (98 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.
5. SMP: sebesar 88,89% (8 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 11,11% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju
6. SD: sebesar 100% (3 responden) menyatakan Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap jenis kelamin peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

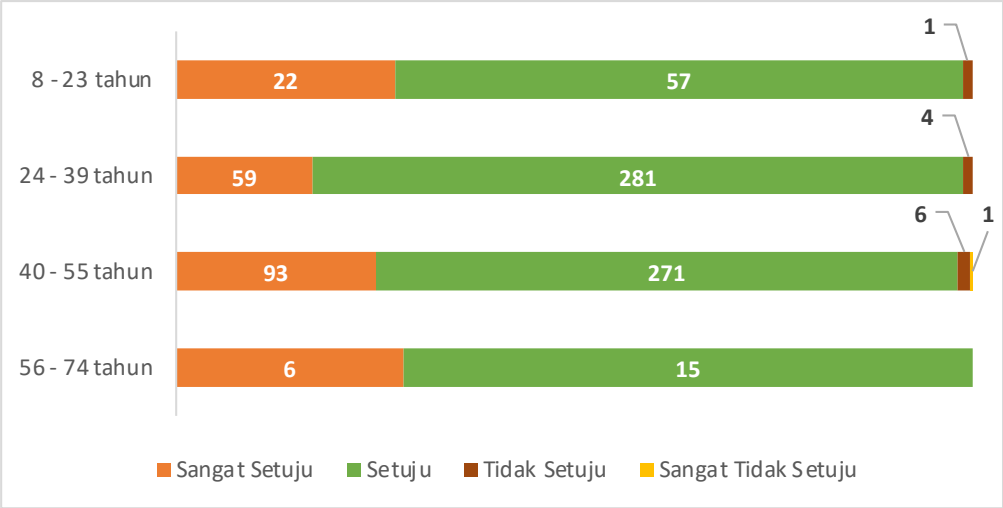


Gambar 29. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Kondisi Bermasyarakat Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 79,20% (355 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 19,86% (84 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya, sebesar 0,95% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Laki-laki: sebesar 73,54% (289 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 24,43% (96 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,78% (7 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



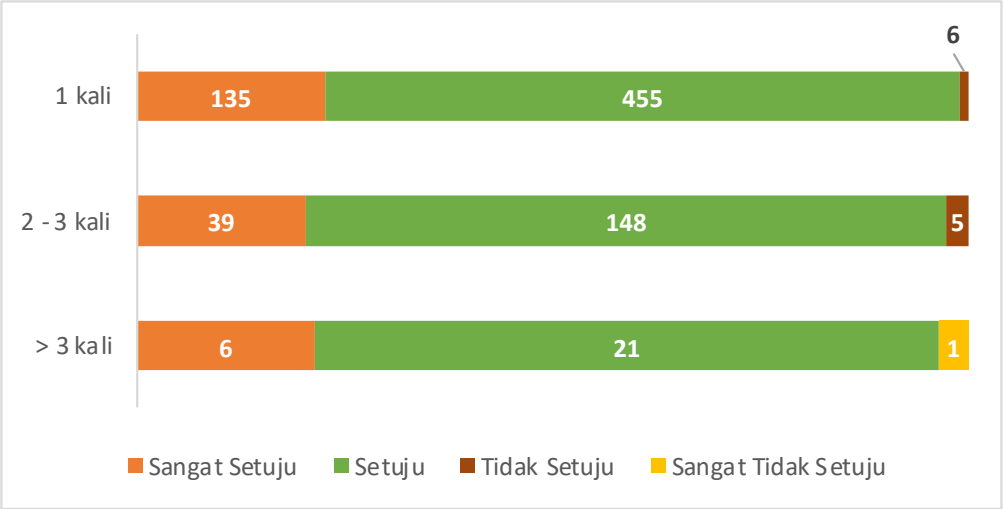
Gambar 30. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Kondisi Bermasyarakat Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 71,25% (57 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 27,50% (22 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,25% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 81,69% (281 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 17,15% (59 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,16% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 73,05% (271 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,07% (93 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,62% (6 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,27% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 71,43% (15 responden) menyatakan Setuju, sisanya sebesar 28,57% (6 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap frekuensi partisipasi peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



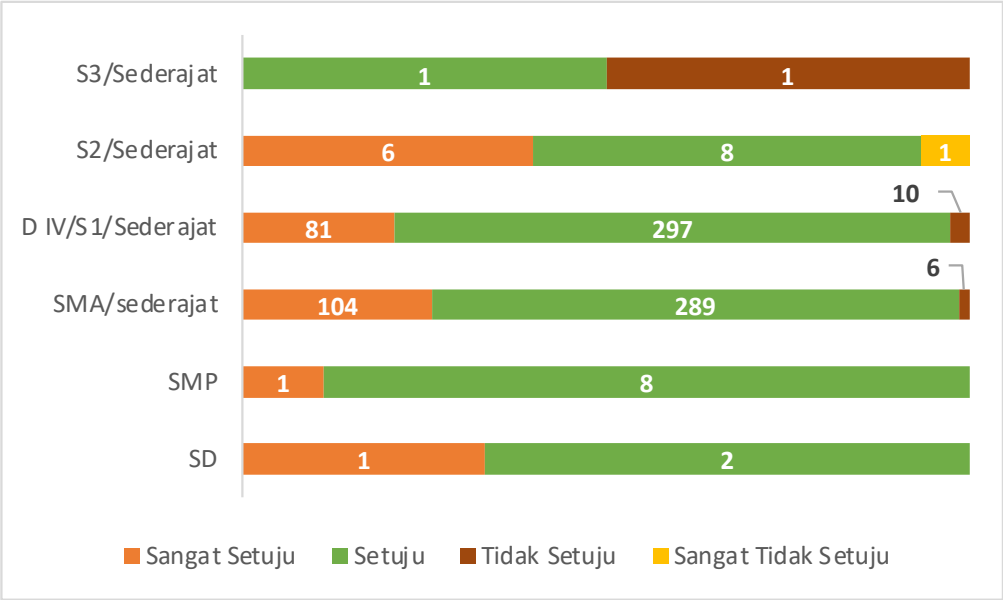
Gambar 31. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Kondisi Bermasyarakat Berdasarkan Frekuensi Sosialisasi

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan frekuensi partisipasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 76,34% (455 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 22,65% (135 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,01% (6 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 77,08% (148 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 20,31% (39 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 2,60% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju.

3. Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 75% (21 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 21,43% (6 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan bagian kedua terkait butir pertanyaan **"Isi materi/bahan tayang sosialisasi dilengkapi dengan contoh nyata dan jelas".** Pemetaan akan dilakukan secara berurutan berdasarkan demografi, dimulai dari jenjang pendidikan, jenis kelamin, rentang usia dan frekuensi partisipasi. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing demografi responden tersebut.



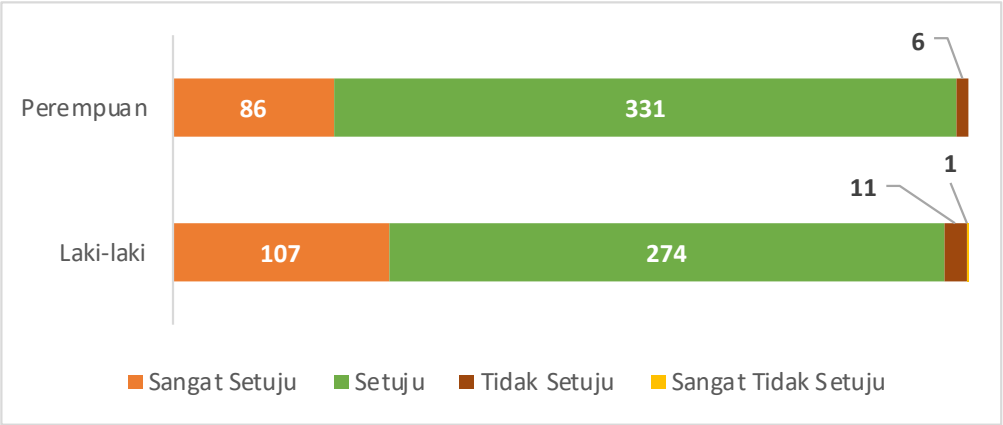
Gambar 32. Pemetaan Persepsi Pemberian Contoh Nyata dan Jelas Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 50% (1 responden) menyatakan Setuju, dan sebesar 50% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.

2. S2/Sederajat: sebesar 53,33% (8 responden) menyatakan Setuju. sebesar 40% (6 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 6,67% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 76,55% (297 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 20,88% (81 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 2,58% (10 responden) menyatakan Tidak Setuju.
4. SMA/Sederajat: sebesar 72,43% (289 responden) menyatakan setuju. Sebesar 26,07% (104 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,05% (6 responden) menyatakan Tidak Setuju.
5. SMP: sebesar 88,89% (8 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 11,11% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju
6. SD: sebesar 66,67% (2 responden) menyatakan Setuju dan sisanya sebesar 33,33% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap jenis kelamin peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

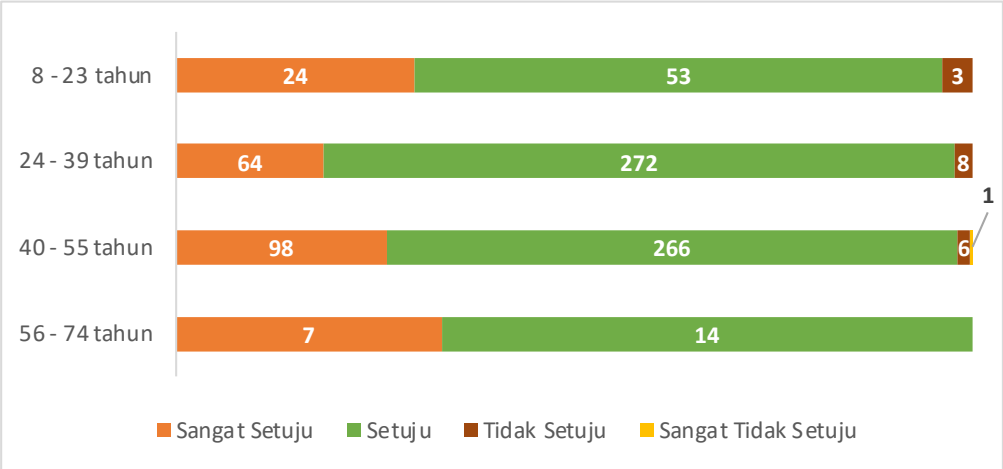


Gambar 33. Pemetaan Persepsi Pemberian Contoh Nyata dan Jelas Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 78,25% (331 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 20,33% (86 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya, sebesar 1,42% (6 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Laki-laki: sebesar 69,72% (274 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 27,23% (107 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 2,80% (11 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



Gambar 34. Pemetaan Persepsi Pemberian Contoh Nyata dan Jelas Berdasarkan Rentang Usia

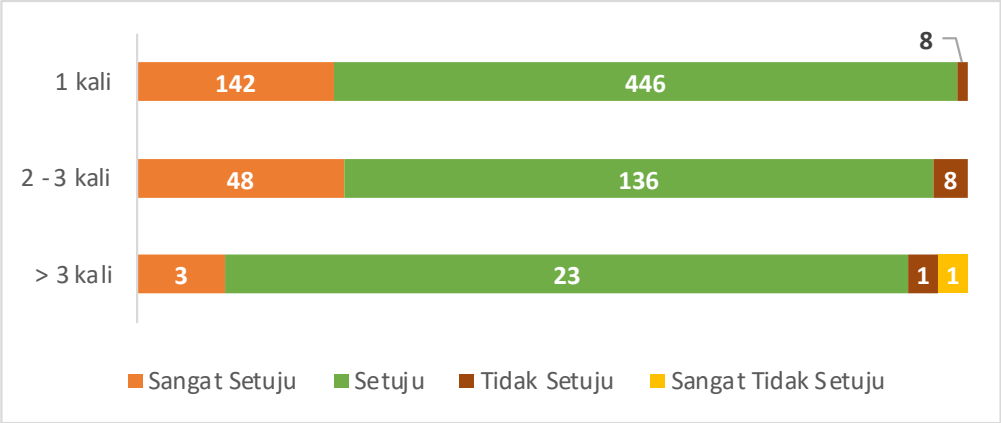
Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 66,25% (53 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 30% (24 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 3,75% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 79,07% (272 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 18,60% (64 responden) menyatakan

Sangat Setuju. Sisanya sebesar 2,33% (8 responden) menyatakan Tidak Setuju.

3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 71,70% (266 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 26,42% (98 responden) menyatakan Sangat Setuju. sebesar 1,62% (6 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,27% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 66,67% (14 responden) menyatakan Setuju, sisanya sebesar 33,33% (7 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap frekuensi partisipasi peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



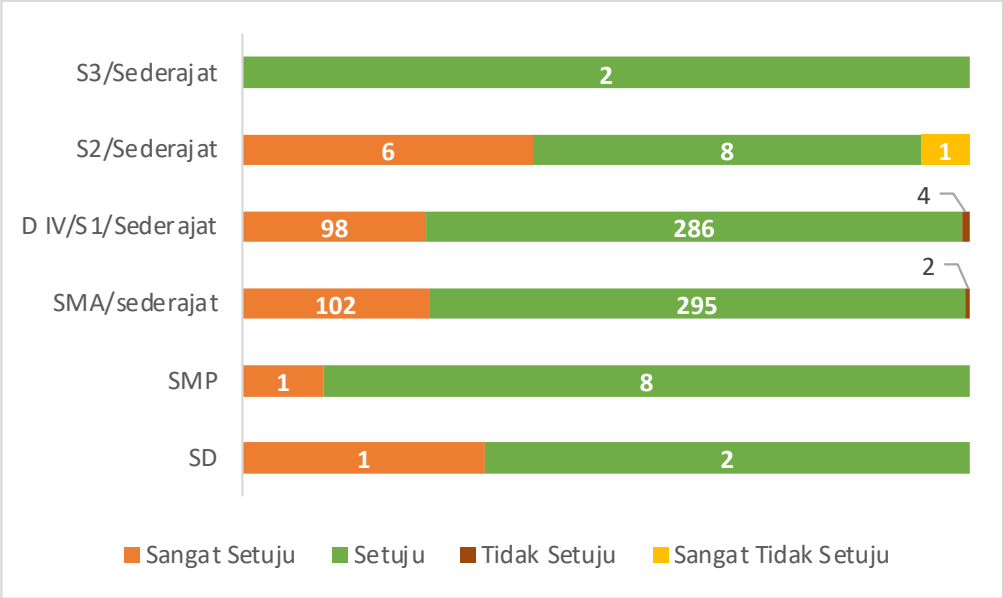
Gambar 35. Pemetaan Persepsi Pemberian Contoh Nyata dan Jelas Berdasarkan Frekuensi Partisipasi

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan frekuensi partisipasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 74,83% (446 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 23,83% (142 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,34% (8 responden) menyatakan Tidak Setuju.

2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 70,83% (136 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25% (48 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 4,17% (8 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 82,14% (23 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 10,71% (3 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan bagian ketiga terkait butir pertanyaan **"Materi yang disampaikan sesuai dengan tema sosialisasi".** Pemetaan akan dilakukan secara berurutan berdasarkan demografi, dimulai dari jenjang pendidikan, jenis kelamin, rentang usia dan frekuensi partisipasi. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing demografi responden tersebut.

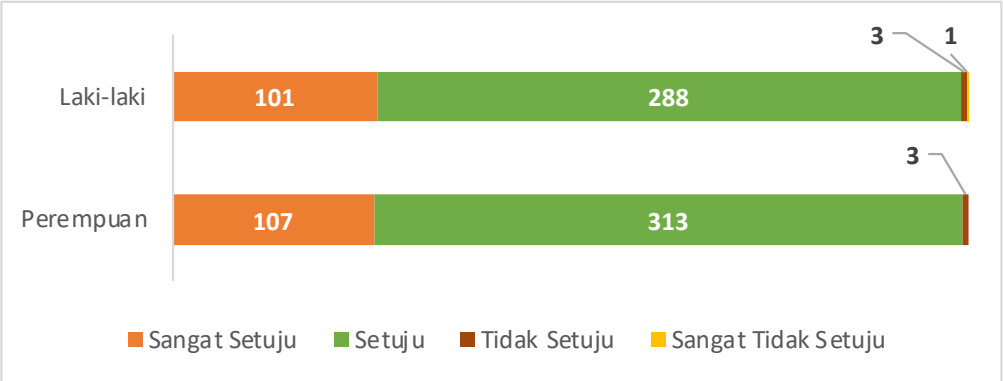


Gambar 36. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Tema Sosialisasi Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 100% (2 responden) menyatakan Setuju.
2. S2/Sederajat: sebesar 53,33% (8 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 40% (6 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 6,67% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 73,71% (286 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,26% (98 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,03% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.
4. SMA/Sederajat: sebesar 73,93% (295 responden) menyatakan setuju. Sebesar 25,56% (102 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,50% (2 responden) menyatakan Tidak Setuju.
5. SMP: sebesar 88,89 (8 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 11,11% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju
6. SD: sebesar 66,67% (2 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 33,33% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap jenis kelamin peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

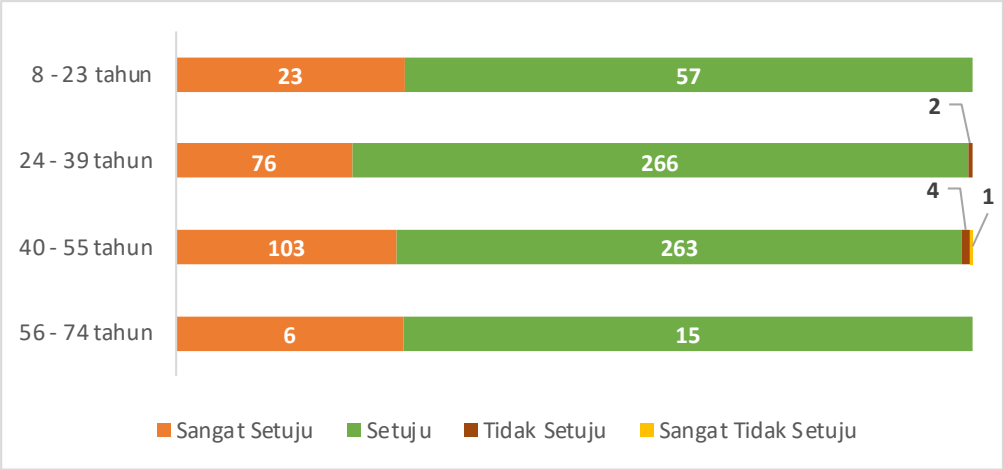


Gambar 37. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Tema Sosialisasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 74% (313 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,03% (107 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya, sebesar 0,71% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Laki-laki: sebesar 73,28% (288 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,70% (101 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 0,76% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju dan sisanya sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



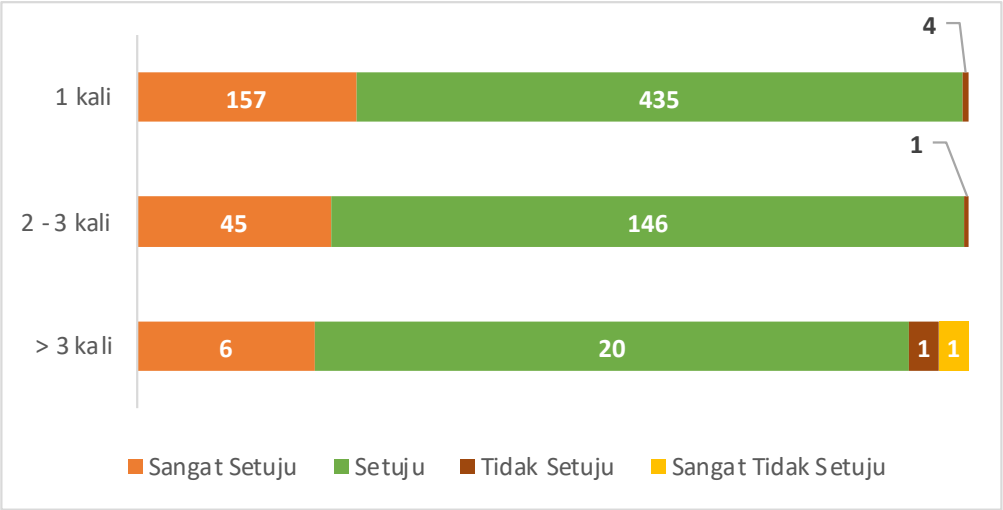
Gambar 38. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Tema Sosialisasi Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 71,25% (57 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 28,75% (23 responden) menyatakan Sangat Setuju.

2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 77,33% (266 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 22,09% (76 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,58% (2 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 70,89% (263 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 27,76% (103 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,08% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,27% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 71,43% (15 responden) menyatakan Setuju, sisanya sebesar 28,57% (6 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap frekuensi partisipasi peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



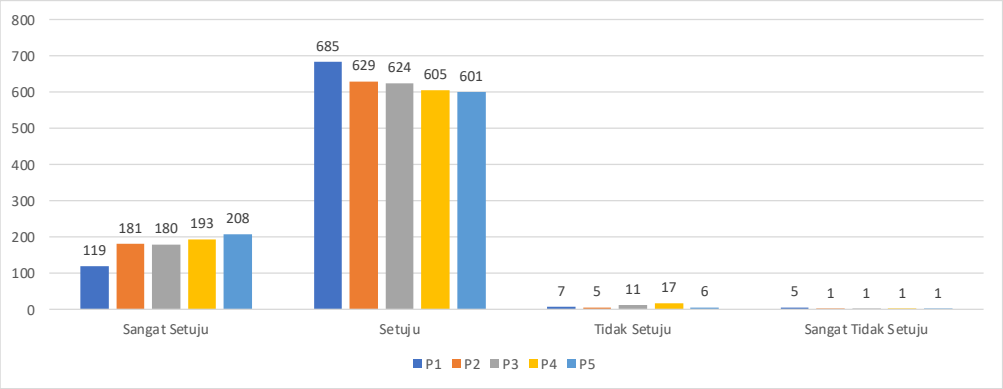
Gambar 39. Pemetaan Persepsi Kesesuaian Materi/Bahan Tayang dengan Tema Sosialisasi Berdasarkan Frekuensi Partisipasi

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan frekuensi partisipasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 72,99% (435 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 26,34% (157 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,67% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 76,04% (146 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 23,44% (45 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,52% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 71,43% (20 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 21,43% (6 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

4.2.5 Analisis efektivitas materi sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan hasil temuan dan pemetaan survei, dilakukan analisis untuk mengetahui efektivitas materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Analisis dilakukan dengan membandingkan gambaran umum dari persepsi responden pada masing-masing butir pertanyaan yang diberikan. Diharapkan, hasil analisis bisa memberikan gambaran mengenai persepsi responden terkait desain dan relevansi materi.



Gambar 40. Analisis Efektivitas Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Butir Pertanyaan Kuesioner

Berdasarkan grafik di atas, secara garis besar persepsi responden mengenai desain dan relevansi materi sosialisasi sangat baik. Hal tersebut dilihat dari rata-rata persentase jawaban "Setuju" dari tiap butir kuesioner sebesar 77,06% dan "Sangat Setuju" sebesar 21,59% Sementara persentase jawaban "Tidak Setuju" hanya sebesar 1,13% dan jawaban "Sangat Tidak Setuju" sebesar 0,22% Berikut hasil analisis terkait metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI:

1. Persepsi positif responden dengan kategori "Setuju," mayoritas berasal dari butir pertanyaan 1 (satu) "Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi menarik" dan butir pertanyaan 2 (dua) "Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi mudah untuk dibaca dan dipahami."
    a. Persepsi "Setuju" terhadap butir pertanyaan 1 (satu) "Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi menarik" mayoritas dinyatakan oleh responden dengan pendidikan terakhir SMP (sebesar 88,89% dari total responden SMP); berjenis kelamin Wanita (74%); berusia 24 - 39 tahun (85,47%) dengan frekuensi partisipasi 1 (satu) kali partisipasi (84,9%).
    b. Persepsi "Setuju" terhadap butir pertanyaan 2 (dua) "Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi mudah untuk dibaca dan

dipahami," mayoritas dinyatakan oleh responden dengan pendidikan terakhir SMP (sebesar 88,89% dari total responden SMP); berjenis kelamin Wanita (78,01%); berusia 24 - 39 tahun (78,78%) dengan frekuensi partisipasi 2 – 3 kali partisipasi (78,13%).

2. Persepsi positif responden dengan kategori "Sangat Setuju," mayoritas berasal dari butir pertanyaan 5 (lima) "Materi yang disampaikan sesuai dengan tema sosialisasi" dan butir pertanyaan 4 (empat) "Isi materi/bahan tayang sosialisasi dilengkapi dengan contoh nyata dan jelas."
    a. Persepsi "Sangat Setuju" terhadap butir pertanyaan 5 (lima) "Materi yang disampaikan sesuai dengan tema sosialisasi," mayoritas dinyatakan oleh responden dengan pendidikan terakhir SD (sebesar 33,3% dari total responden SD); berjenis kelamin Laki-laki (27,23%); berusia 8 – 23 tahun (28,75%) dengan frekuensi partisipasi 1 (satu) kali partisipasi (26,34%).
    b. Persepsi "Sangat Setuju" terhadap butir pertanyaan 4 (empat) "Isi materi/bahan tayang sosialisasi dilengkapi dengan contoh nyata dan jelas," mayoritas dinyatakan oleh responden dengan pendidikan terakhir S2/Sederajat (sebesar 40% dari total responden S2/Sederajat); berjenis kelamin Laki-laki (25,7%); berusia 65 – 74 tahun (33,3%) dengan frekuensi partisipasi 2 – 3 kali partisipasi (25%).
3. Sebagian kecil responden dengan kategori persepsi "Tidak Setuju" tertinggi berada pada butir pertanyaan 4 (empat) "Isi materi/bahan tayang sosialisasi dilengkapi dengan contoh nyata dan jelas". dan butir pertanyaan 3 (tiga) "Isi materi/bahan tayang sosialisasi sesuai dengan kondisi kehidupan bermasyarakat saat ini."

Secara garis besar, mayoritas responden dengan persepsi "Setuju" terhadap butir pertanyaan terkait materi sosialisasi, memiliki latar belakang SMP, jenis kelamin Wanita, rentang usia 24 – 39 tahun dengan frekuensi partisipasi sebanyak 2 – 3 kali. Mayoritas responden dengan persepsi "Sangat Setuju" terhadap butir pertanyaan terkait materi sosialisasi, memiliki latar belakang SD dan S2/Sederajat, jenis kelamin Laki-laki, rentang usia 56 – 74 tahun dengan frekuensi partisipasi sebanyak 1 (satu) kali. Lebih lengkapnya dijabarkan pada tabel berikut.

Tabel 3. Analisis Efektivitas Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Demografi Responden

Pertanyaan		Pendidikan	Jenis Kelamin	Rentang usia (tahun)	Frekuensi Partisipasi
Butir	Keterangan				
1	Setuju	SMP	Wanita	24 – 39	1 kali
	Sangat Setuju	SD	Laki-laki	56 – 74	> 3 kali
2	Setuju	SMP	Wanita	24 – 39	2 – 3
	Sangat Setuju	SD dan S2	Laki-laki	56 – 74	1 kali
3	Setuju	SMP	Wanita	24 – 39	2 – 3
	Sangat Setuju	S2	Laki-laki	56 – 74	1 kali
4	Setuju	SMP	Wanita	24 – 39	> 3 kali
	Sangat Setuju	S2	Laki-laki	56 – 74	2 – 3
5	Setuju	S3	Wanita	24 – 39	2 – 3
	Sangat Setuju	SD	Laki-laki	8 – 23	1 kali

Berdasarkan hasil analisis di atas, secara umum responden berpendapat bahwa desain dan relevansi materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sudah sangat baik. Materi merupakan salah satu komponen penting dalam membangun komunikasi efektif antara Narasumber/Pemateri kepada peserta sosialisasi. Desain yang menarik yang dimaksud adalah visualisasi yang dapat menumbuhkan minat dan memotivasi peserta untuk mengikuti

jalannya sosialisasi. Desain yang menarik juga menggunakan visual yang tepat, tidak hanya untuk keperluan dekoratif.

Peserta sosialisasi berpendapat bahwa materi sosialisasi mudah untuk dibaca dan dipahami. Kemudahan untuk memahami materi sosialisasi diduga disebabkan oleh beberapa faktor yang mendorong terjadinya komunikasi efektif yaitu pengorganisasian dan penggunaan bahasa. Pengorganisasian yang dimaksud adalah pengaturan pesan yang tepat sehingga membantu pemahaman pembaca. Hal tersebut terkonfirmasi dari persepsi responden terhadap butir pertanyaan 5 (lima) yaitu penyelenggaraan kegiatan sesuai dengan tema sosialisasi. Penggunaan bahasa yang tepat yaitu pemilihan kata-kata yang dipahami oleh rata-rata peserta sosialisasi.

Peserta sosialisasi berpendapat bahwa materi sosialisasi dilengkapi dengan contoh yang relevan dan sesuai dengan kondisi/isu yang berkembang di masyarakat. Relevansi dan kesesuaian materi dengan kondisi aktual merupakan bentuk empati yang memudahkan peserta untuk mengerti makna dari Empat Pilar MPR RI. Pemahaman akan makna dapat mempermudah peserta sosialisasi untuk mengimplementasikan nilai-nilai yang tertanam dalam Empat Pilar MPR RI dalam kehidupan sehari-hari sehingga pada akhirnya tujuan sosialisasi dapat terwujud.

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, secara umum persepsi responden terhadap desain materi sosialisasi sudah sangat baik, namun beberapa responden berpendapat bahwa ada beberapa hal yang harus diperbaiki untuk kegiatan sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke depannya, terutama pada aspek relevansi materi. Sebesar 2,21% responden berpendapat bahwa contoh yang digunakan pada materi sosialisasi belum dianggap nyata dan jelas atau bahkan tidak ada sama sekali. Walaupun pendapat ini hanya

dinyatakan oleh 18 orang, namun perlu untuk menjadi perhatian agar pemahaman peserta dapat lebih ditingkatkan pada kegiatan sosialisasi ke depannya.

4.3 Temuan Efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Metode sosialisasi merepresentasikan penyelenggaraan dan penyampaian materi Empat Pilar MPR RI kepada peserta. Efektivitas metode direpresentasikan oleh temuan terkait sub variabel cara penyampaian *(deliverables)* selama proses sosialisasi dan kompetensi Narasumber/Pemateri. Masing-masing akan dibahas secara umum dan secara khusus. Pembahasan secara umum mencakup pengungkapan persepsi responden dari masing-masing sub variabel secara komprehensif. Pembahasan khusus mencakup pemetaan persepsi responden dari masing-masing butir pertanyaan pada sub variabel terhadap demografi responden. Berikut butir pertanyaan terkait efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.

Tabel 4. Subdimensi dan Butir Pertanyaan Efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

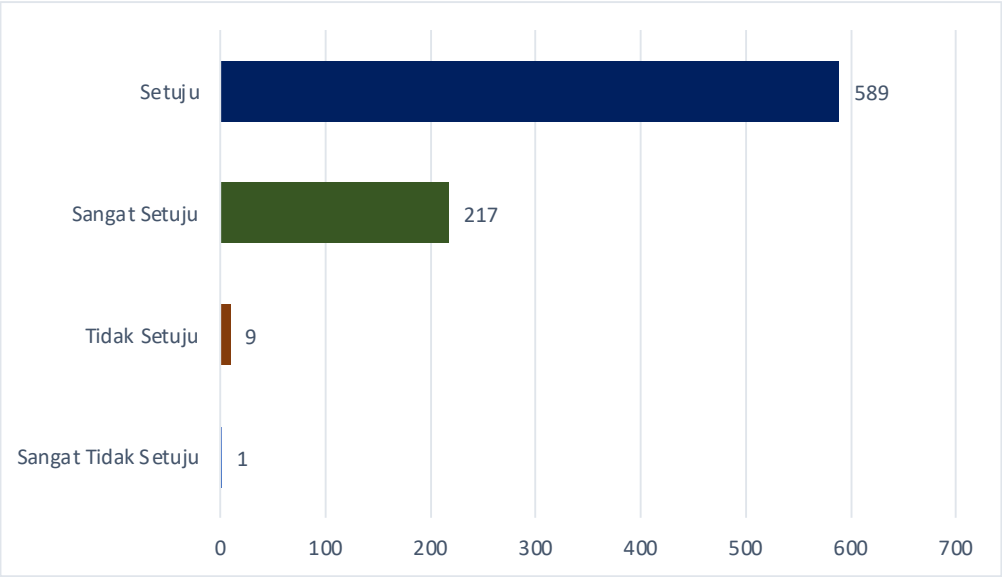
Subdimensi	Kode	Butir Pertanyaan
Deliverables	P6	Narasumber/Pemateri menyampaikan materi dengan jelas dan mudah dipahami
	P7	Narasumber/Pemateri memberikan kesempatan untuk berdiskusi atau tanya-jawab
Kompetensi Narasumber/ Pemateri	P8	Narasumber/Pemateri menguasai materi dengan baik
	P9	Narasumber/Pemateri dapat menjawab pertanyaan dengan baik dan mudah dipahami

4.3.1 Temuan Efektivitas Deliverables Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Tujuan pengukuran persepsi *deliverables* adalah untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden mengenai *deliverables* Sosialisasi Empat

Pilar MPR RI dan mengetahui efektivitas Narasumber/Pemateri dalam membangun komunikasi selama sosialisasi berlangsung. Agar berjalan efektif, komunikasi harus dilakukan dua arah antara Narasumber/Pemateri terhadap peserta maupun sebaliknya. Persepsi efektivitas *deliverables* Sosialisasi Empat Pilar MPR RI diukur melalui 2 (dua) butir pertanyaan kuesioner daring yang akan dibahas lebih rinci sebagai berikut.

Berdasarkan hasil survei, berikut temuan persepsi responden mengenai pernyataan "Narasumber/Pemateri menyampaikan materi dengan jelas dan mudah dipahami."

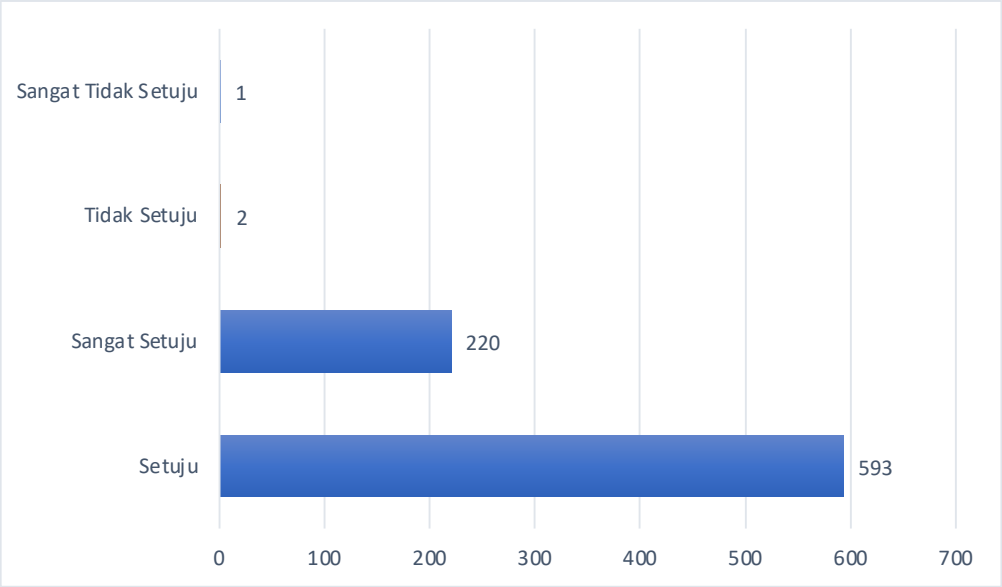


Gambar 41. Persepsi Responden Terhadap Penyampaian Materi Dengan Jelas dan Mudah Dipahami

Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Narasumber/Pemateri menyampaikan materi dengan jelas dan mudah dipahami. Persepsi tersebut dapat dilihat dari komposisi persepsi sebesar 72,18% (589 responden) menyatakan "Setuju" dengan pernyataan tersebut. Di urutan kedua sebesar 25,59% (217 responden) menyatakan "Sangat Setuju" dengan pernyataan tersebut. Sisanya sebesar 1,1% (9 responden) menyatakan

“Tidak Setuju” dan sebesar 0,12% (1 responden) menyatakan “Sangat Tidak Setuju” dengan pernyataan tersebut.

Analisis selanjutnya dilakukan terhadap pernyataan “Narasumber/Pemateri memberikan kesempatan untuk berdiskusi atau tanya-jawab.” Berikut persepsi responden mengenai butir pertanyaan tersebut.



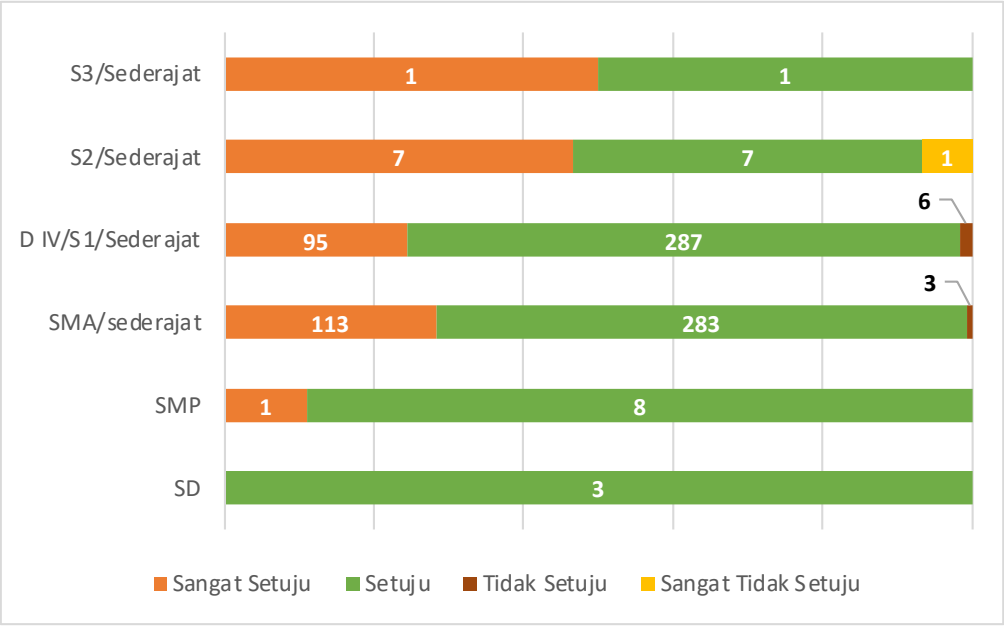
Gambar 42. Persepsi Responden Terhadap Kesempatan Berdiskusi dan Berdialog

Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Narasumber/Pemateri memberikan kesempatan untuk berdiskusi/tanya jawab. Persepsi tersebut dapat dilihat dari komposisi persepsi sebesar 72,67% (593 responden) menyatakan “Setuju” dengan pernyataan tersebut. Di urutan kedua sebesar 29,69% (220 responden) menyatakan “Sangat Setuju” dengan pernyataan tersebut. Sisanya sebesar 0,25% (2 responden) menyatakan “Tidak Setuju” dan sebesar 0,12% (1 responden) menyatakan “Sangat Tidak Setuju” dengan pernyataan tersebut.

4.3.2 Pemetaan Efektivitas Deliverables Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Tahapan berikutnya pemetaan efektivitas *deliverables* terhadap demografi responden. Tujuan pemetaan ini untuk melihat lebih detail mengenai karakteristik demografi responden terhadap persepsi yang diberikan. Lebih lanjut mengenai pemetaan demografi dan persepsi *deliverables*, akan dijelaskan pada grafik di bawah.

Pemetaan bagian pertama terkait butir pertanyaan "Narasumber/Pemateri menyampaikan materi dengan jelas dan mudah dipahami." Pemetaan akan dilakukan secara berurutan berdasarkan demografi, dimulai dari pendidikan terakhir, jenis kelamin, rentang usia dan frekuensi partisipasi sebagai berikut.



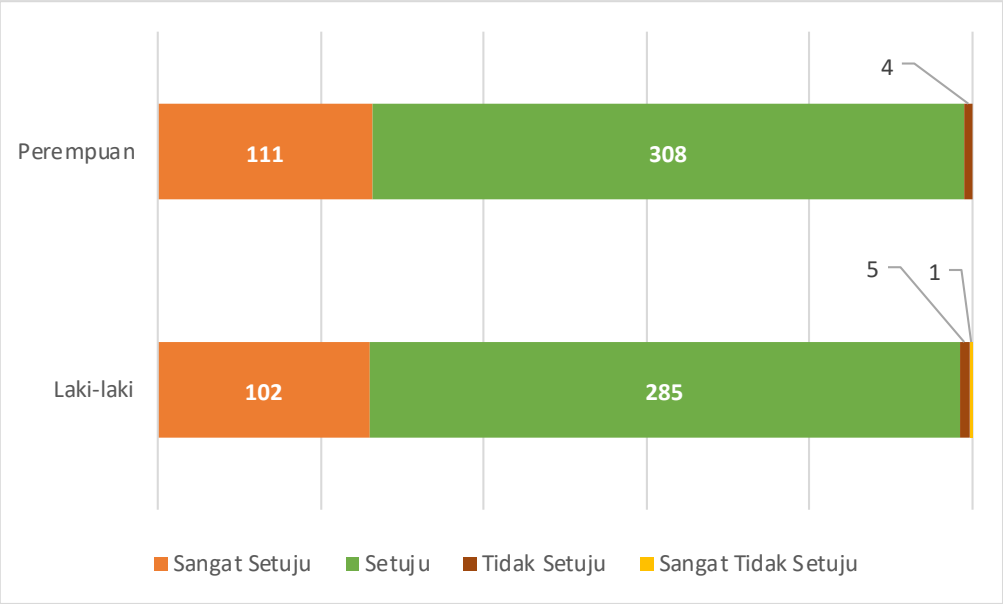
Gambar 43. Pemetaan Persepsi Terhadap Penyampaian Materi Dengan Jelas dan Mudah Dipahami Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 50% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju dan 50% (1 responden) lainnya menyatakan Setuju.

2. S2/Sederajat: sebesar 46,67% (masing-masing 7 responden) menyatakan Sangat Setuju dan Setuju. Sisanya sebesar 6,67% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 73,97% (287 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 24,48% (95 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,55% (6 responden) menyatakan Tidak Setuju.
4. SMA/Sederajat: sebesar 70,93% (283 responden) menyatakan setuju. Sebesar 28,32% (113 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,75% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju.
5. SMP: sebesar 88,89% (8 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 11,11% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju
6. SD: sebesar 100% (3 responden) menyatakan Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap jenis kelamin peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

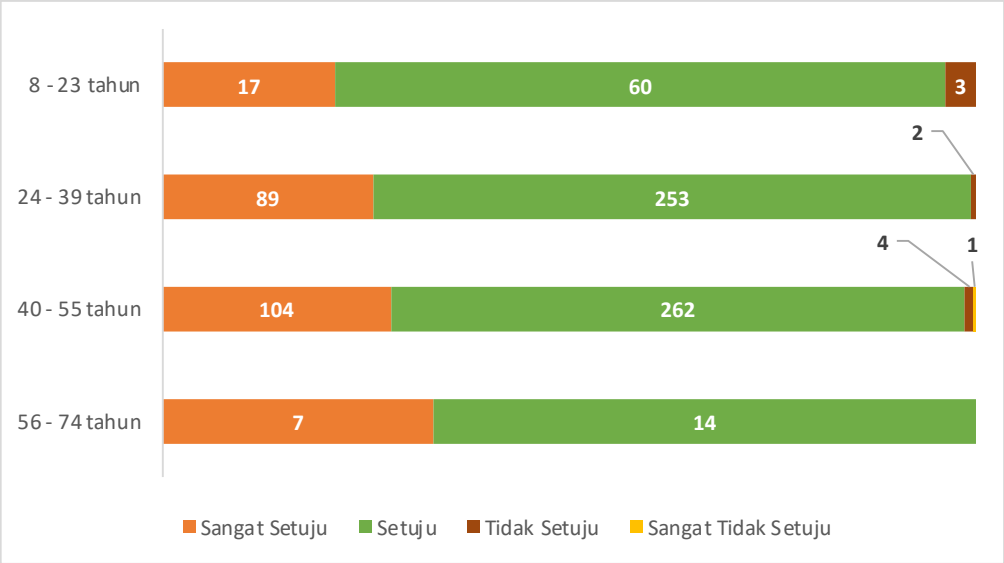


Gambar 44. Pemetaan Persepsi Terhadap Penyampaian Materi Dengan Jelas dan Mudah Dipahami Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 72,81% (308 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 26,24% (111 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,95% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Laki-laki: sebesar 72,52% (285 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,95% (102 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,27% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

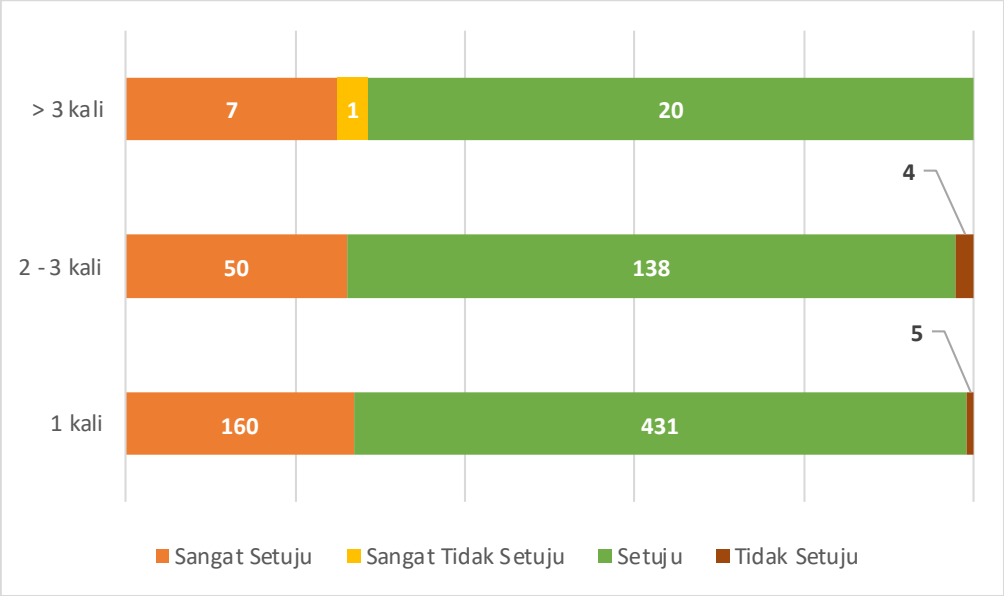


Gambar 45. Pemetaan Persepsi Terhadap Penyampaian Materi Dengan Jelas dan Mudah Dipahami Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 75% (60 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 21,25% (17 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 3,75% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Generasi Y (23 – 39 tahun): sebesar 23,55% (253 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,87% (190 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,58% (2 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 70,62% (262 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 28,03% (104 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,08% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,27% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 66,67% (14 responden) menyatakan Setuju, sisanya sebesar 33,3% (7 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap frekuensi partisipasi peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

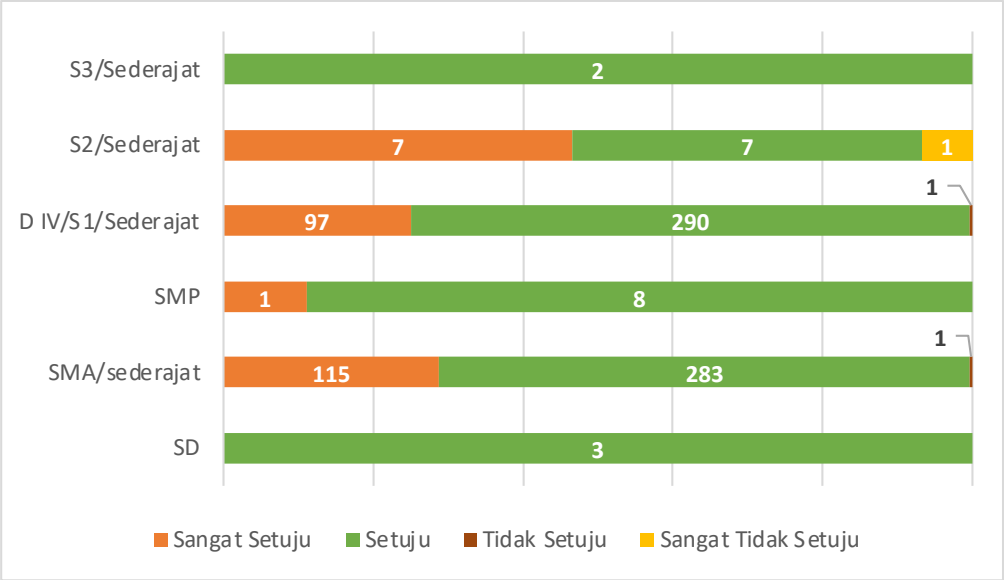


Gambar 46. Pemetaan Persepsi Terhadap Penyampaian Materi Dengan Jelas dan Mudah Dipahami Berdasarkan Frekuensi Partisipasi

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan frekuensi partisipasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 71,3% (20 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25% (7 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 71,88% (138 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 26,04% (50 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 2,08% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 72,32% (431 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 26,85% (160 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,84% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju.

Pemetaan bagian kedua terkait butir pertanyaan "Narasumber/Pembicara memberikan kesempatan untuk berdiskusi atau tanya-jawab." Pemetaan akan dilakukan secara berurutan berdasarkan demografi, dimulai dari pendidikan terakhir, jenis kelamin, rentang usia dan frekuensi partisipasi sebagai berikut.



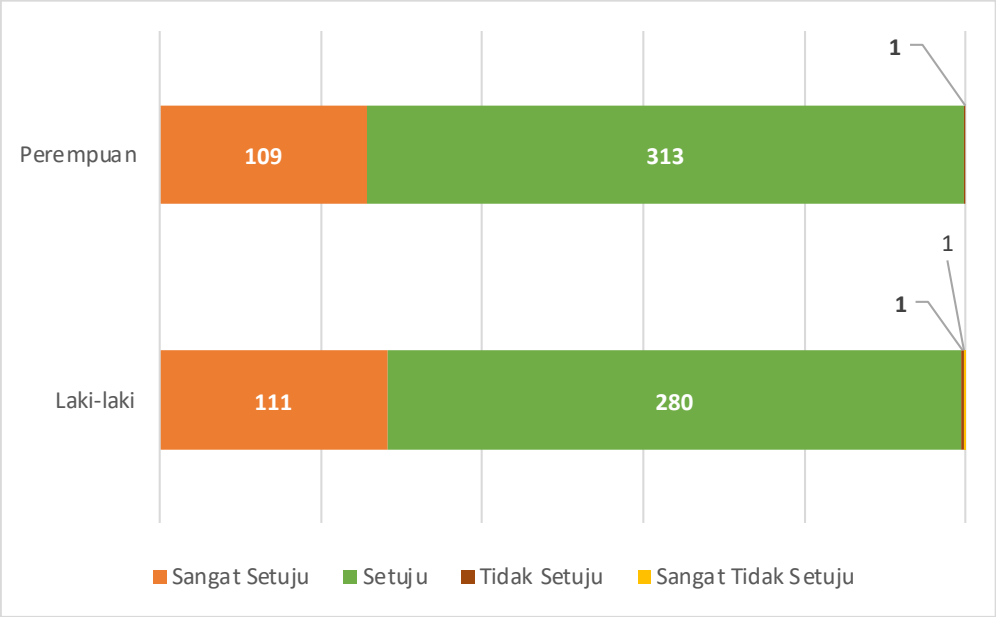
Gambar 47. Pemetaan Persepsi Terhadap Kesempatan Berdiskusi atau Berdialog Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 100% (2 responden) menyatakan Setuju.
2. S2/Sederajat: sebesar 46,67% (masing-masing 7 responden) menyatakan Sangat Setuju dan Setuju. Sisanya sebesar 6,67% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 74,74% (290 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25% (97 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,26% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.

4. SMA/Sederajat: sebesar 70,93% (283 responden) menyatakan setuju. Sebesar 28,82% (115 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
5. SMP: sebesar 88,89% (8 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 11,11% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju
6. SD: sebesar 100% (3 responden) menyatakan Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap jenis kelamin peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



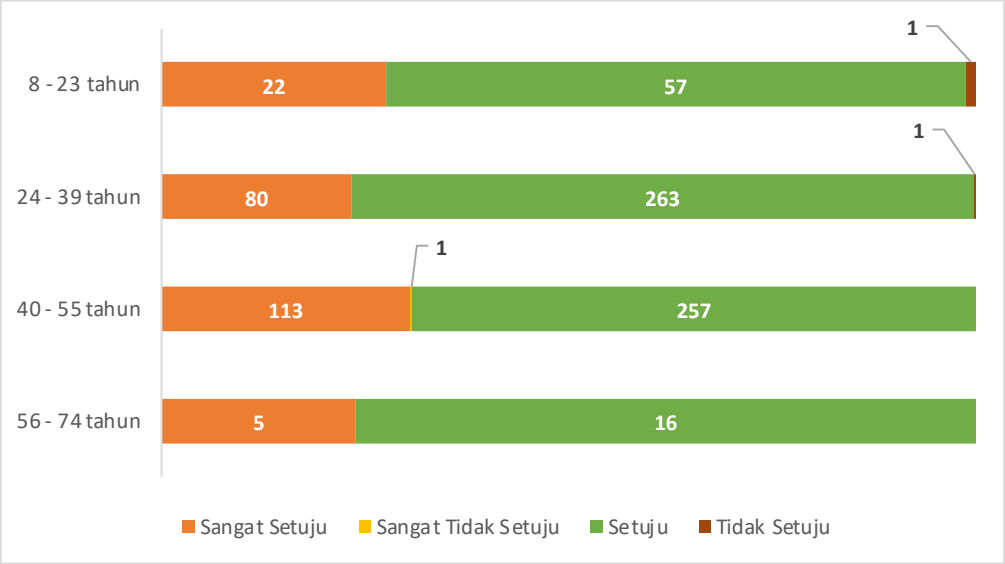
Gambar 48. Pemetaan Persepsi Terhadap Kesempatan Berdiskusi atau Berdialog Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 74% (313 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,77% (109 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya, sebesar 0,24 % (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.

2. Laki-laki: sebesar 71,25% (280 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 28,24% (111 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya masing-masing sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



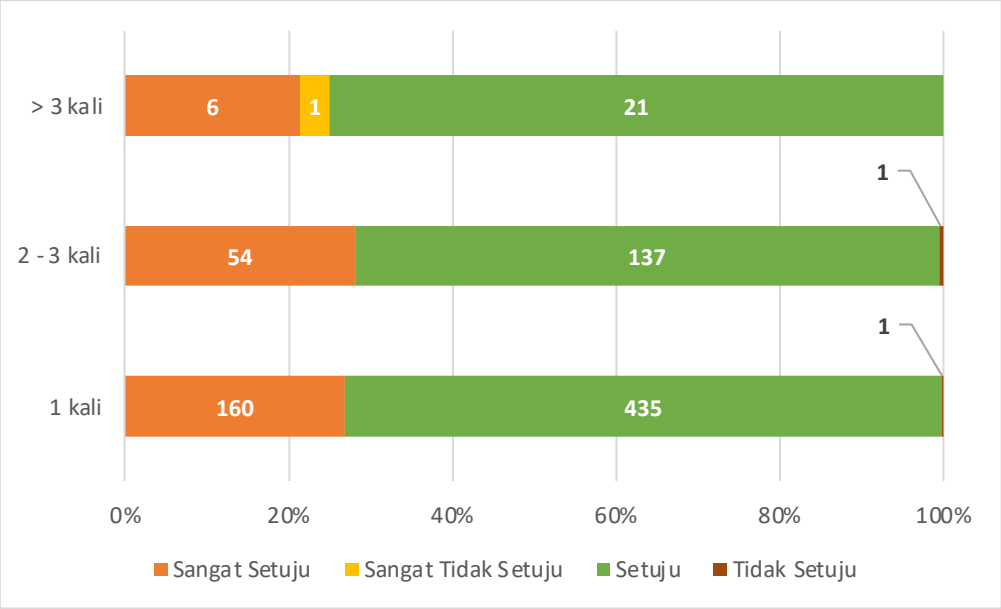
Gambar 49.Pemetaan Persepsi Terhadap Kesempatan Berdiskusi atau Berdialog Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 71,25% (57 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 27,5% (22 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,25% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 76,45% (263 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 23,26% (80 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,29% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.

3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 69,27% (257 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 30,46% (113 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,27% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 76,19% (16 responden) menyatakan Setuju, sisanya sebesar 23,81% (5 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap frekuensi partisipasi peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



Gambar 50. Pemetaan Persepsi Terhadap Kesempatan Berdiskusi atau Berdialog Berdasarkan Frekuensi Partisipasi

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan frekuensi partisipasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 75% (21 responden) menyatakan Setuju. Sebesar

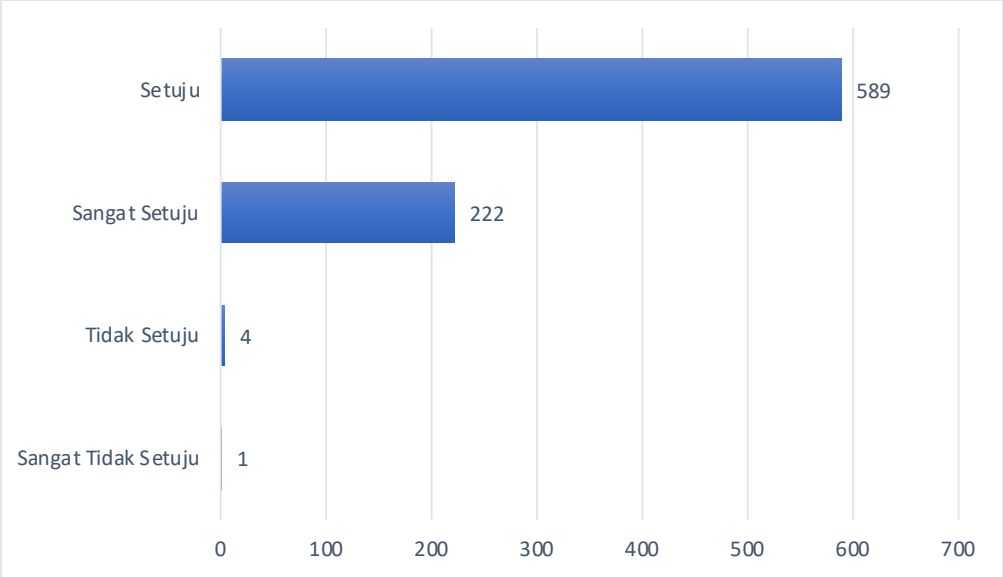
21,43% (6 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 71,35% (137 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 28,13% (54 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,52% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 72,99% (435 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 26,85% (160 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,17% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.

4.3.3 Temuan Efektivitas Kompetensi Narasumber/Pemateri Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Tujuan pengukuran persepsi Kompetensi Narasumber/Pemateri adalah untuk mengetahui penguasaan substansi materi serta efektivitas komunikasi yang dibangun oleh Narasumber/Pemateri dengan peserta sosialisasi selama kegiatan berlangsung. Penguasaan substansi yaitu pengetahuan Narasumber/Pemateri terkait Empat Pilar MPR RI. Efektivitas komunikasi adalah kemampuan Narasumber/Pemateri dalam mengirimkan pesan berupa materi kepada peserta sosialisasi. Persepsi efektivitas Kompetensi Narasumber/Pemateri Sosialisasi Empat Pilar MPR RI diukur melalui 2 (dua) butir pertanyaan kuesioner daring yang akan dibahas lebih rinci sebagai berikut.

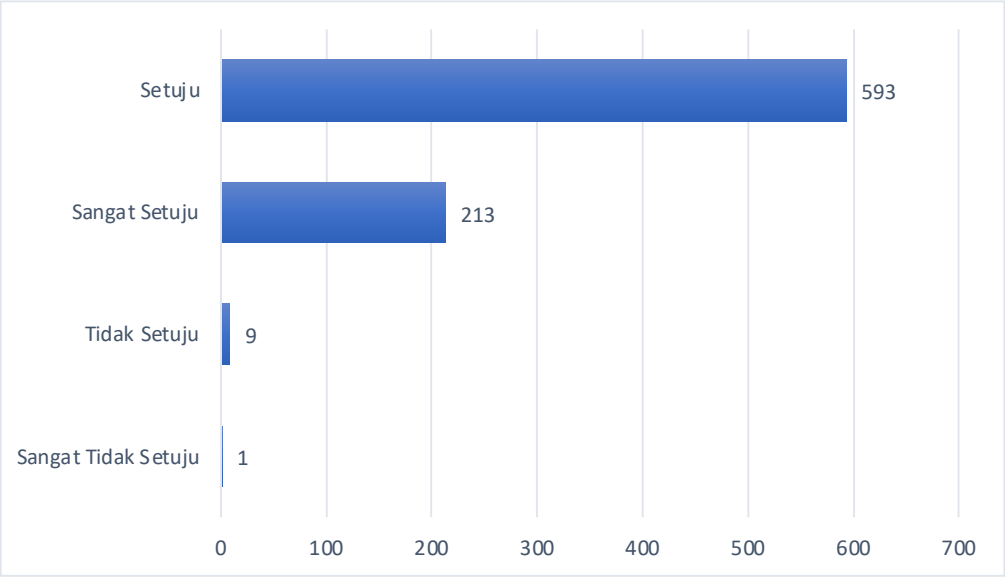
Berdasarkan hasil survei, berikut temuan persepsi responden mengenai pernyataan “Narasumber/Pemateri menguasai materi dengan baik.”



Gambar 51. Persepsi Responden Terhadap Penguasaan Materi Narasumber/Pemateri

Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Narasumber/Pemateri menguasai materi sosialisasi dengan baik. Persepsi tersebut dapat dilihat komposisi persepsi sebesar 72,18% (589 responden) menyatakan "Setuju" dengan pernyataan tersebut. Di urutan kedua sebesar 27,21% (222 responden) menyatakan "Sangat Setuju" dengan pernyataan tersebut. Sisanya sebesar 0,49% (4 responden) menyatakan "Tidak Setuju" dan sebesar 0,12% (1 responden) menyatakan "Sangat Tidak Setuju" dengan pernyataan tersebut

Analisis selanjutnya dilakukan terhadap pernyataan "Narasumber/Pemateri dapat menjawab pertanyaan dengan baik dan mudah dipahami." Berikut persepsi responden mengenai butir pertanyaan tersebut.



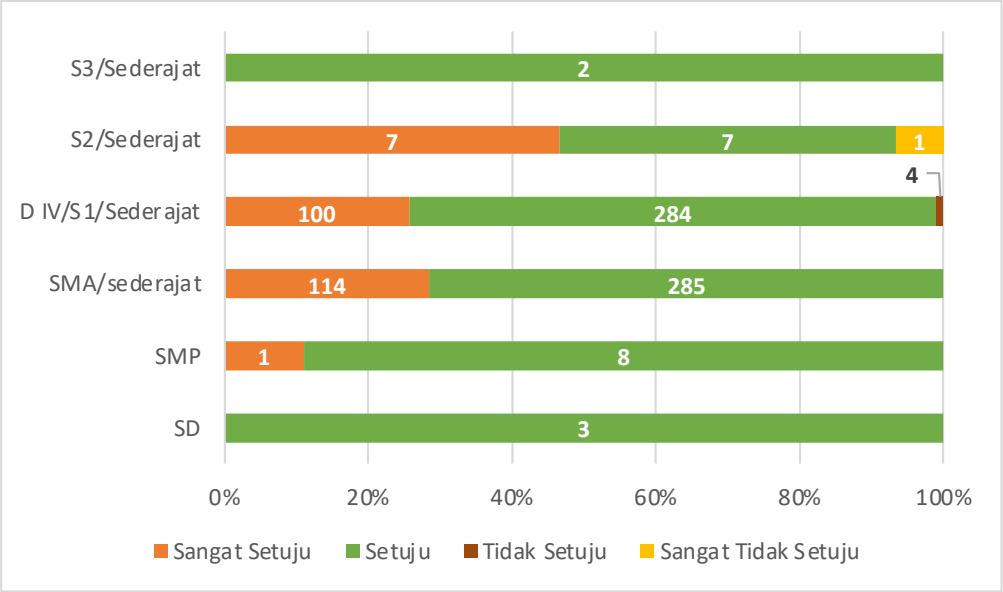
Gambar 52. Persepsi Responden Terhadap Narasumber/Pemateri dalam Kemampuan Menjawab Pertanyaan

Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Narasumber/Pemateri dapat menjawab pertanyaan yang diajukan peserta sosialisasi dengan baik dan mudah dipahami. Persepsi tersebut dapat dilihat komposisi persepsi sebesar 72,67% (593) responden menyatakan "Setuju" dengan pernyataan tersebut. Di urutan kedua sebesar 26,1% (213 responden) menyatakan "Sangat Setuju" dengan pernyataan tersebut. Sisanya sebesar 1,1% (9 responden) menyatakan "Tidak Setuju" dan sebesar 0,12% (1 responden) "Sangat Tidak Setuju" dengan pernyataan tersebut.

4.3.4 Pemetaan Efektivitas Kompetensi Narasumber/Pemateri Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Tahapan berikutnya pemetaan efektivitas kompetensi Narasumber/Pemateri terhadap demografi responden. Tujuan pemetaan ini untuk melihat lebih detail mengenai karakteristik demografi responden terhadap persepsi yang diberikan. Lebih lanjut mengenai pemetaan demografi dan persepsi kompetensi Narasumber/Pemateri, akan dijelaskan pada grafik di bawah.

Pemetaan bagian pertama terkait butir pertanyaan "Narasumber/Pemateri menguasai materi dengan baik." Pemetaan akan dilakukan secara berurutan berdasarkan demografi, dimulai dari pendidikan terakhir, jenis kelamin, rentang usia dan frekuensi partisipasi sebagai berikut.



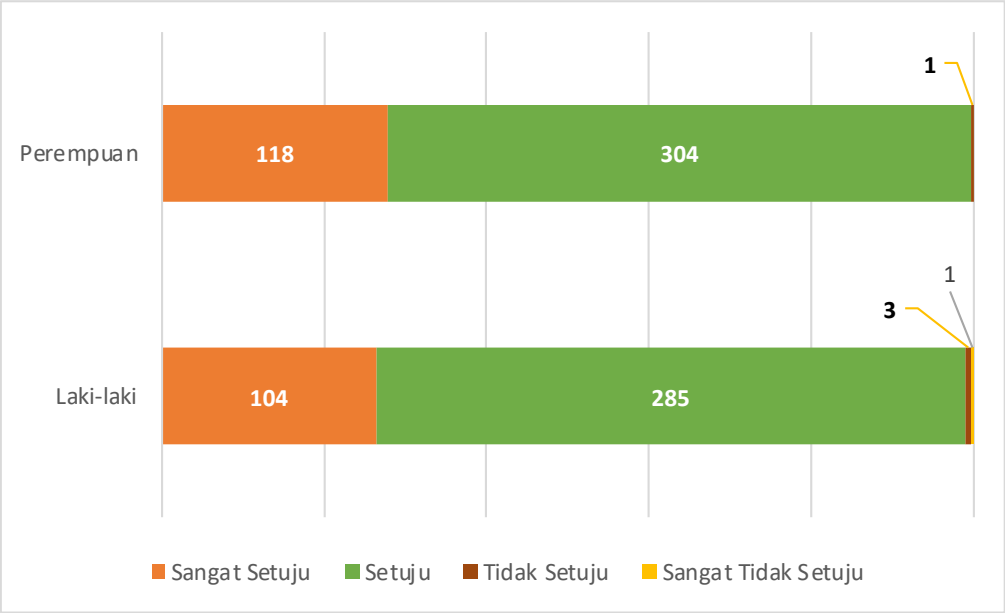
Gambar 53. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Penguasaan Materi Narasumber/Pemateri Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 100% (1 responden) menyatakan Setuju.
2. S2/Sederajat: sebesar 46,67% (masing-masing 7 responden) menyatakan Sangat Setuju dan Setuju. Sisanya sebesar 6,67% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 73,2% (284 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,77% (100 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,03% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.
4. SMA/Sederajat: sebesar 88,89% (285 responden) menyatakan setuju. Sisanya sebesar 11,11% (114 responden) menyatakan Sangat Setuju.

5. SMP: sebesar 71,43% (8 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 28,57% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju
6. SD: sebesar 100% (3 responden) menyatakan Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap jenis kelamin peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

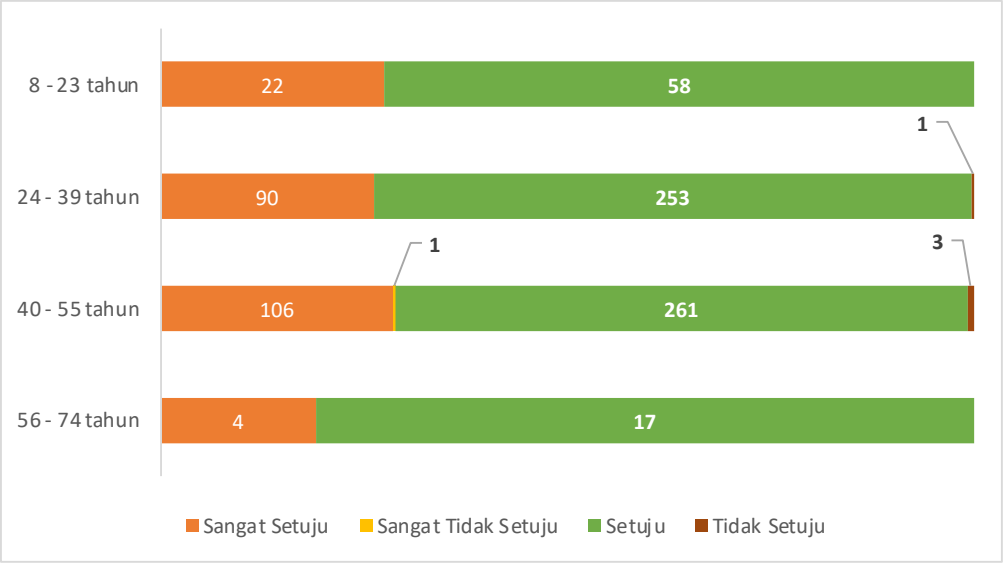


Gambar 54. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Penguasaan Materi Narasumber/Pemateri Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 72% (304 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 27,9% (118 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya, sebesar 0,24% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
2. Laki-laki: sebesar 72,52% (285 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 26,46% (104 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 0,76% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



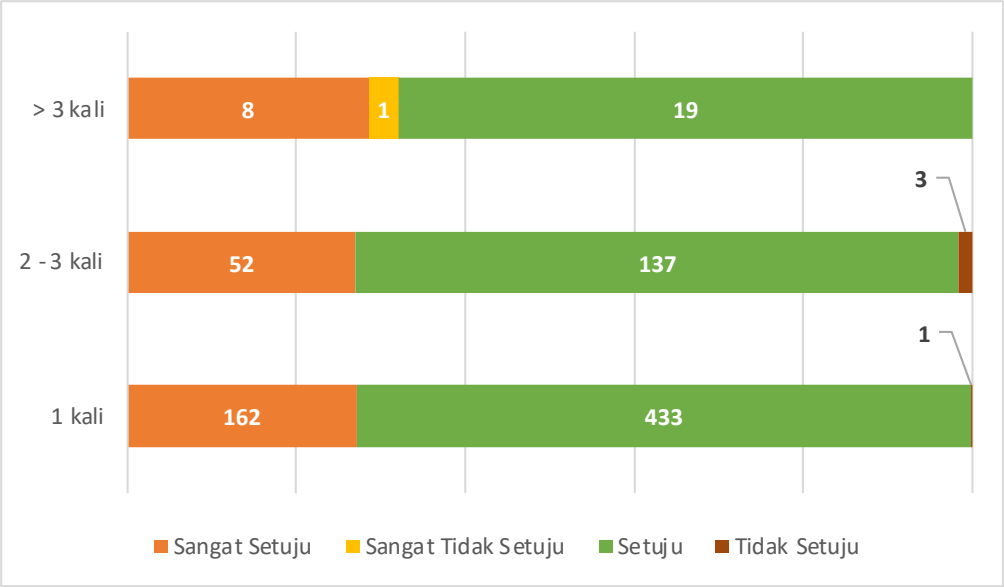
Gambar 55. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Penguasaan Materi Narasumber/Pemateri Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 72,5% (58 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 27,5% (22 responden) menyatakan Sangat Setuju.
2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 73,55% (253 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 26,16% (90 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,29% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 79,35% (261 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 28,57% (106 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 0,81% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,27% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 80,95% (17 responden) menyatakan Setuju, sisanya sebesar 19,05% (4 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap frekuensi partisipasi peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



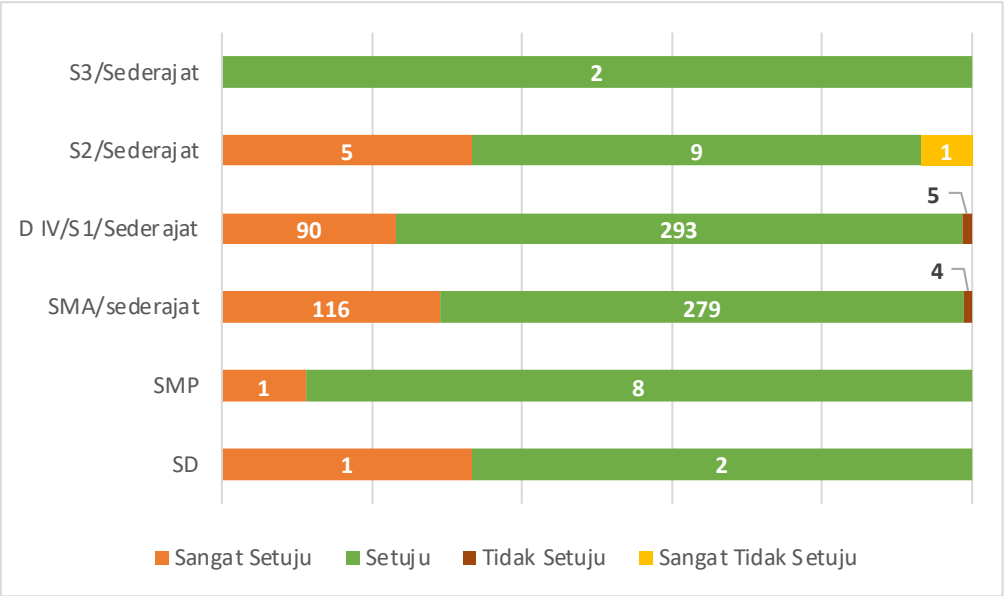
Gambar 56. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Penguasaan Materi Narasumber/Pemateri Berdasarkan Frekuensi Partisipasi

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan frekuensi partisipasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 67,86% (19 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 28,57% (8 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 71,35% (137 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 27,08% (52 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,56% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju.

3. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 72,56% (433 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 27,18% (162 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,17% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.

Pemetaan bagian kedua terkait butir pertanyaan "Narasumber/Pemateri dapat menjawab pertanyaan dengan baik dan mudah dipahami." Pemetaan akan dilakukan secara berurutan berdasarkan demografi, dimulai dari pendidikan terakhir, jenis kelamin, rentang usia dan frekuensi partisipasi sebagai berikut.

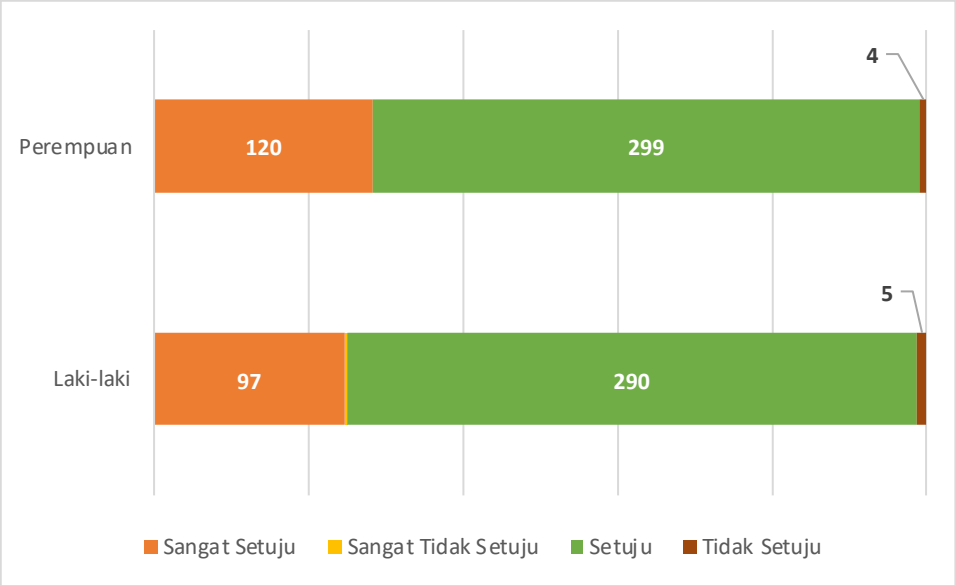


Gambar 57. Pemetaan Persepsi Responden Kemampuan Narasumber/Pemateri dalam Menjawab Pertanyaan Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 100% (2 responden) menyatakan Setuju.
2. S2/Sederajat: sebesar 60% (9 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 33,3% (5 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 6,67% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 75,52% (293 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 23,2% (90 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,29% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju.
4. SMA/Sederajat: sebesar 69,92% (279 responden) menyatakan setuju. Sebesar 29,07% (116 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1% (4 responden) menyatakan Sangat Setuju.
5. SMP: sebesar 88,89% (8 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 11,11% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju
6. SD: sebesar 66,6% (2 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebsar 33,3% menyatakan Sangat Setuju.

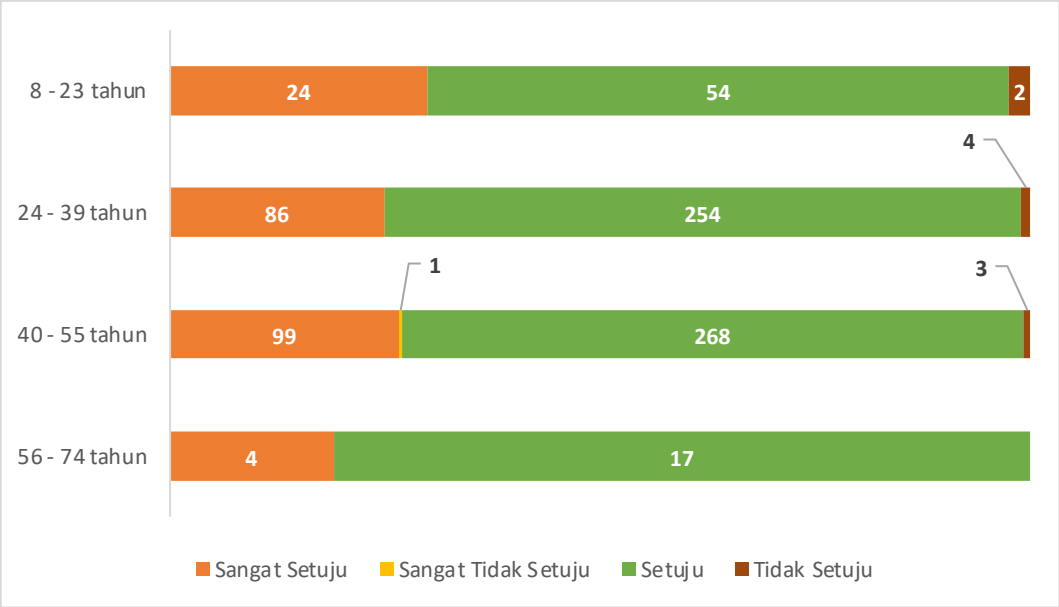


Gambar 58. Pemetaan Persepsi Responden Kemampuan Narasumber/Pemateri dalam Menjawab Pertanyaan Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 70,69% (299 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 28,37% (120 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya, sebesar 0,95 % (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.

2. Laki-laki: sebesar 70,96% (290 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 24,68% (97 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,27% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.



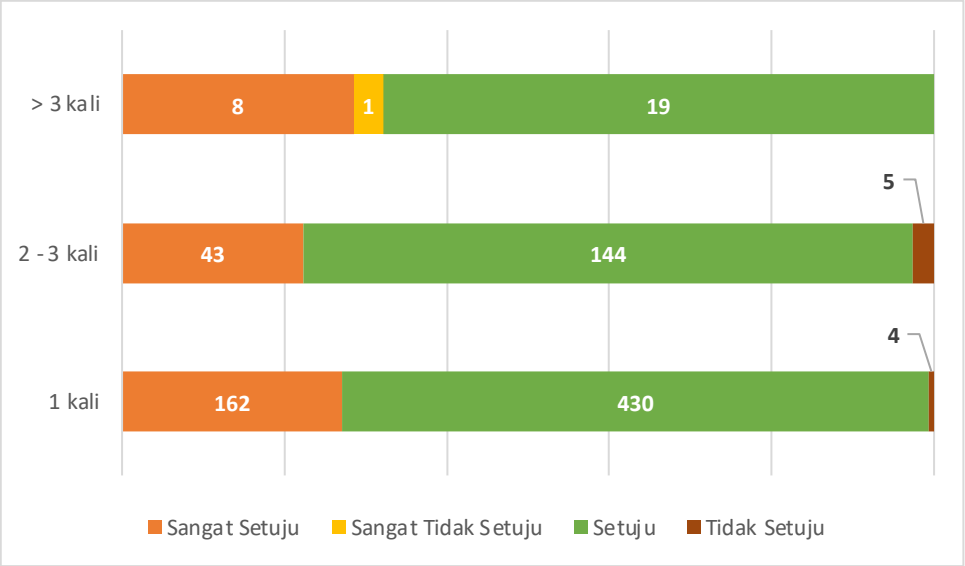
Gambar 59. Pemetaan Persepsi Responden Kemampuan Narasumber/Pemateri dalam Menjawab Pertanyaan Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 67,5% (54 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 30% (24 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 2,5% menyatakan Tidak Setuju.
2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 73,84% (254 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25% (86 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,16% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 79,35% (261 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 28,57% (106 responden) menyatakan

Sangat Setuju. Sebesar 0,81% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,27% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 80,95% (17 responden) menyatakan Setuju, sisanya sebesar 19,05% (4 responden) menyatakan Sangat Setuju.



Gambar 60. Pemetaan Persepsi Responden Kemampuan Narasumber/Pemateri dalam Menjawab Pertanyaan Berdasarkan Frekuensi Sosialisasi

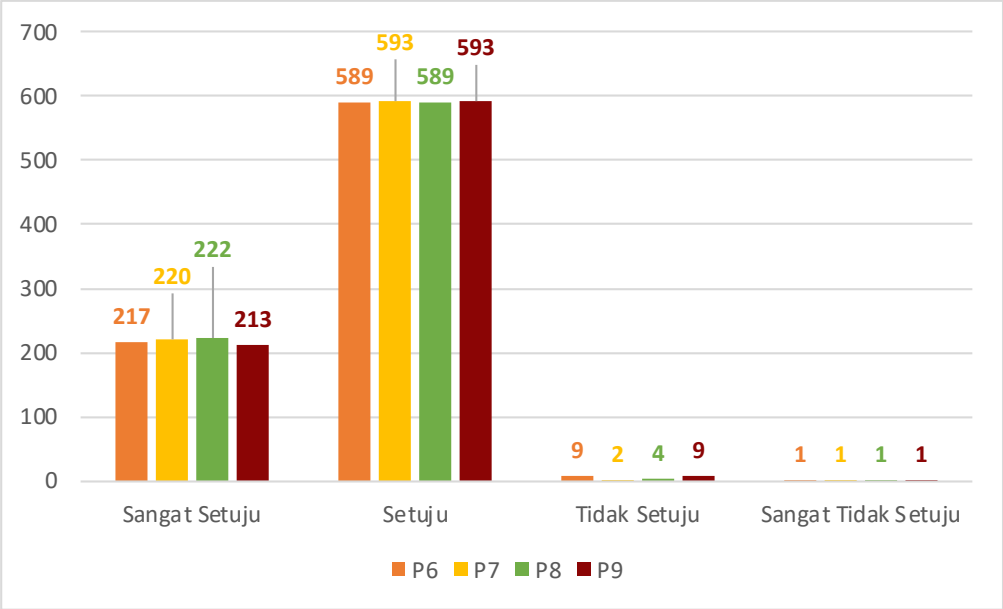
Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan frekuensi partisipasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 67,86% (19 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 28,57% (8 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 75% (144 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 22,4% (43 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 2,6% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju.

3. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 (satu) kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 72,15% (430 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 27,18% (162 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 0,67% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.

4.3.5 Analisis Efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan hasil temuan dan pemetaan survei, dilakukan analisis untuk mengetahui efektivitas metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Analisis dilakukan dengan membandingkan gambaran umum dari persepsi responden pada masing-masing butir pertanyaan yang diberikan. Diharapkan, hasil analisis bisa memberikan gambaran mengenai persepsi responden terkait *deliverables* dan kompetensi Narasumber/Pemateri.



Gambar 61. Analisis Efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Butir Pertanyaan Kuesioner

Berdasarkan grafik di atas, secara garis besar persepsi responden mengenai metode sosialisasi sangat baik. Hal tersebut dilihat dari rata-rata persentase jawaban "Setuju" dari tiap butir kuesioner sebesar 74,43% dan "Sangat Setuju" sebesar 26,72%. Sementara persentase jawaban "Tidak Setuju" hanya

sebesar 0,74% dan jawaban “Sangat Tidak Setuju” sebesar 0,12%. Berikut hasil analisis terkait metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI:

1. Persepsi positif responden tertinggi dengan kategori persepsi “Setuju” berasal dari butir pertanyaan 7 (tujuh) “Narasumber/Pemateri memberikan kesempatan untuk berdiskusi atau tanya-jawab” dan butir pertanyaan 9 (Sembilan) “Narasumber/Pemateri dapat menjawab pertanyaan dengan baik dan mudah dipahami.”
    a. Persepsi “Setuju” terhadap butir pertanyaan 7 (tujuh) “Narasumber/Pemateri memberikan kesempatan untuk berdiskusi atau tanya-jawab” mayoritas dinyatakan oleh responden dengan pendidikan terakhir SD dan S3/Sederajat (masing-masing sebesar 100% dari total responden SD dan S3/Sederajat); berjenis kelamin Wanita (74%); berusia 24 - 39 tahun (76,45%) dengan frekuensi partisipasi 1 (satu) kali partisipasi (72,99%).
    b. Persepsi “Setuju” terhadap butir pertanyaan 9 (Sembilan) “Narasumber/Pemateri dapat menjawab pertanyaan dengan baik dan mudah dipahami,” mayoritas dinyatakan oleh responden dengan pendidikan terakhir S3/Sederajat (sebesar 100% dari total responden S3/Sederajat); berjenis kelamin Laki-laki (73,79 %); berusia 56 - 74 tahun (80,95%) dengan frekuensi partisipasi 1 (satu) kali partisipasi (72,15%).
2. Persepsi positif responden tertinggi dengan kategori persepsi “Sangat setuju” berasal dari butir pertanyaan 7 (tujuh) “Narasumber/Pemateri memberikan kesempatan untuk berdiskusi atau tanya-jawab” dan butir pertanyaan 8 (delapan) “Narasumber/Pemateri menguasai materi dengan baik.”

a. Persepsi “Sangat Setuju” terhadap butir pertanyaan 7 (tujuh) “Narasumber/Pemateri memberikan kesempatan untuk berdiskusi atau tanya-jawab” mayoritas dinyatakan oleh responden dengan pendidikan terakhir S2/Sederajat (sebesar 47,67% dari total responden S2/Sederajat); berjenis kelamin Laki-laki (28,24%); berusia 40 – 55 tahun (28,57%) dengan frekuensi partisipasi lebih dari 3 (tiga) kali partisipasi (28,57%).
b. Persepsi “Sangat Setuju” terhadap butir pertanyaan 8 (Delapan “Narasumber/Pemateri menguasai materi dengan baik,” mayoritas dinyatakan oleh responden dengan pendidikan terakhir S2/Sederajat (sebesar 47,67% dari total responden S2/Sederajat); berjenis kelamin Perempuan (27,9 %); berusia 8 – 23 tahun (30%) dengan frekuensi partisipasi lebih dari 3 (tiga) kali partisipasi (28,57%).

3. Sebagian kecil responden dengan kategori persepsi “Tidak Setuju” tertinggi berada pada butir pertanyaan 6 (enam) “Narasumber/Pemateri menyampaikan materi dengan jelas dan mudah dipahami” dan butir pertanyaan 9 (Sembilan) “Narasumber/Pemateri dapat menjawab pertanyaan dengan baik dan mudah dipahami.”

Secara garis besar, mayoritas responden dengan persepsi “Setuju” terhadap butir pertanyaan terkait materi sosialisasi, memiliki latar belakang S3, jenis kelamin Wanita, rentang usia 24 – 39 tahun dengan frekuensi partisipasi sebanyak 2 – 3 kali. Mayoritas responden dengan persepsi “Sangat Setuju” terhadap butir pertanyaan terkait materi sosialisasi, memiliki latar belakang S3/Sederajat, jenis kelamin Laki-laki, rentang usia 56 – 74 tahun dengan frekuensi partisipasi sebanyak 1 (satu) kali dan 2 – 3 kali. Lebih lengkapnya dijabarkan pada tabel berikut.

Tabel 5. Analisis Efektivitas Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Demografi Responden

Pertanyaan		Pendidikan	Jenis Kelamin	Rentang usia (tahun)	Frekuensi Partisipasi
Butir	Keterangan				
6	Setuju	SMP	Wanita	24 – 39	1 kali
	Sangat Setuju	S2	Laki-laki	56 – 74	> 3 kali
7	Setuju	SD dan S3	Wanita	24 – 39	2 – 3 kali
	Sangat Setuju	S2	Laki-laki	56 – 74	1 kali
8	Setuju	S3	Wanita	24 – 39	2 – 3 kali
	Sangat Setuju	S2	Laki-laki	56 – 74	1 kali
9	Setuju	S3	Wanita	24 – 39	> 3 kali
	Sangat Setuju	SD dan S3	Laki-laki	56 – 74	2 – 3 kali

Berdasarkan hasil analisis di atas, secara umum responden berpendapat bahwa Narasumber/Pemateri mendorong terjadinya dialog selama penyelenggaraan sosialisasi. Dialog merupakan salah satu faktor yang mendorong terjadinya komunikasi efektif yang diduga dapat meningkatkan keberhasilan pengiriman pesan. Selama terjadinya dialog, Narasumber/Pemateri dapat menjawab pertanyaan dengan baik atau dapat memberikan *feedback* yang diduga menjadi faktor yang dapat meningkatkan kepuasan peserta sosialisasi.

Hasil analisis selanjutnya adalah terdapat beberapa Narasumber/Pemateri yang dianggap belum memiliki kemampuan komunikasi yang efektif. Diduga, Narasumber/Pemateri menguasai substansi Empat Pilar MPR RI namun terkendala pada cara penyampaian. Oleh sebab itu, sebagian kecil responden menganggap Narasumber/Pemateri belum dapat menyampaikan materi dan belum dapat menjawab pertanyaan responden dengan jelas mudah dipahami.

4.4 Temuan Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

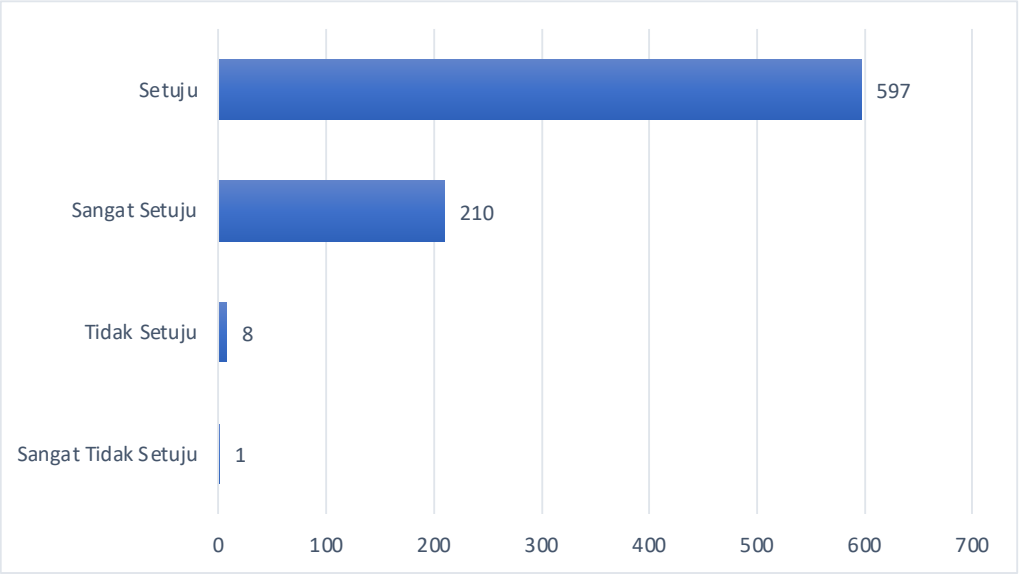
Sarana dan prasarana merupakan aspek pendukung yang krusial dalam menunjang penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Kesan pertama

bagi peserta sosialisasi sangat mungkin dipengaruhi oleh sarana dan prasarana sebelum peserta mendengarkan paparan materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Penyediaan sarana dan prasarana diukur melalui pertanyaan terkait akses ke lokasi pelaksanaan sosialisasi serta kelayakan sarana dan prasarana. Penyediaan sarana dan prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI dilakukan oleh Sekretariat Jenderal MPR RI sebagai sistem pendukung. Persepsi efektivitas sarana dan prasarana Empat Pilar MPR RI diukur melalui 2 (dua) butir pertanyaan kuesioner daring. Berikut butir pertanyaan terkait efektivitas sarana dan prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.

Tabel 6. Subdimensi dan Butir Pertanyaan Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Subdimensi	Kode	Butir Pertanyaan
Kesiapan dan kelayakan sarana dan prasarana	P11	Lokasi sosialisasi mudah dijangkau
	P12	Sarana & prasarana sosialisasi (contoh: materi fisik, ruangan, alat tulis, dll) tersedia dan layak digunakan

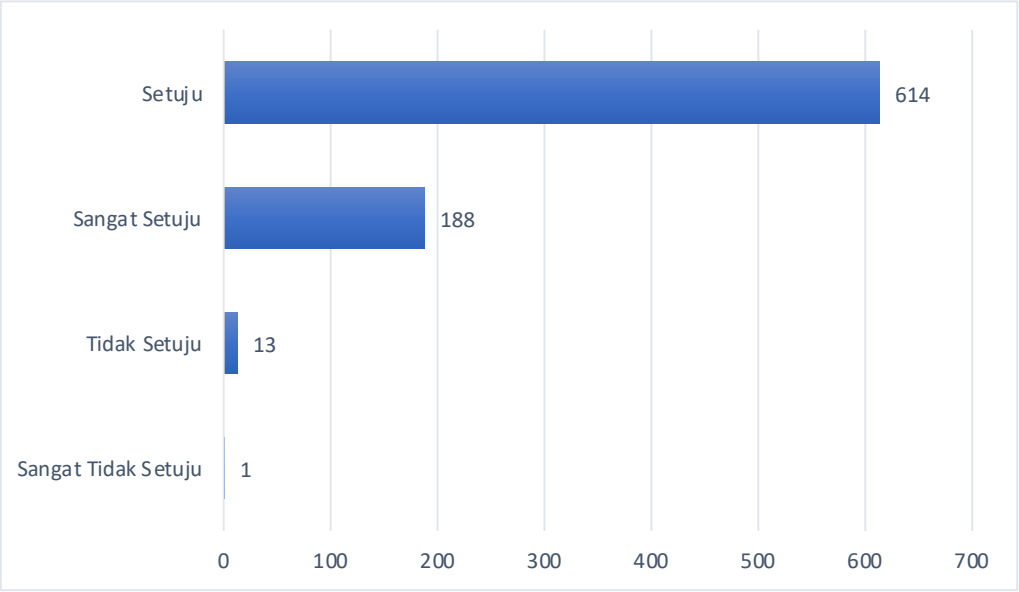
Berdasarkan hasil survei, berikut temuan persepsi responden mengenai pernyataan “Lokasi sosialisasi mudah dijangkau.”



Gambar 62. Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses Lokasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden menyatakan setuju lokasi penyelenggaraan sosialisasi mudah dijangkau. Persepsi tersebut dapat dilihat dari komposisi persepsi sebesar 73,16% (597 responden) menyatakan "Setuju" dengan pernyataan tersebut. Di urutan kedua sebesar 25,47% (210 responden) menyatakan "Sangat Setuju" dengan pernyataan tersebut. Sisanya sebesar 0,98% (8 responden) menyatakan "Tidak Setuju" dan sebesar 0,12% (1 responden) menyatakan "Sangat Tidak Setuju" dengan pernyataan tersebut.

Analisis selanjutnya dilakukan terhadap pernyataan "Sarana & prasarana sosialisasi (contoh: materi fisik, ruangan, alat tulis, dll) tersedia dan layak digunakan." Berikut persepsi responden mengenai butir pertanyaan tersebut.



Gambar 63. Persepsi Responden Terhadap Ketersediaan dan Kelayakan Sarana dan Prasarana

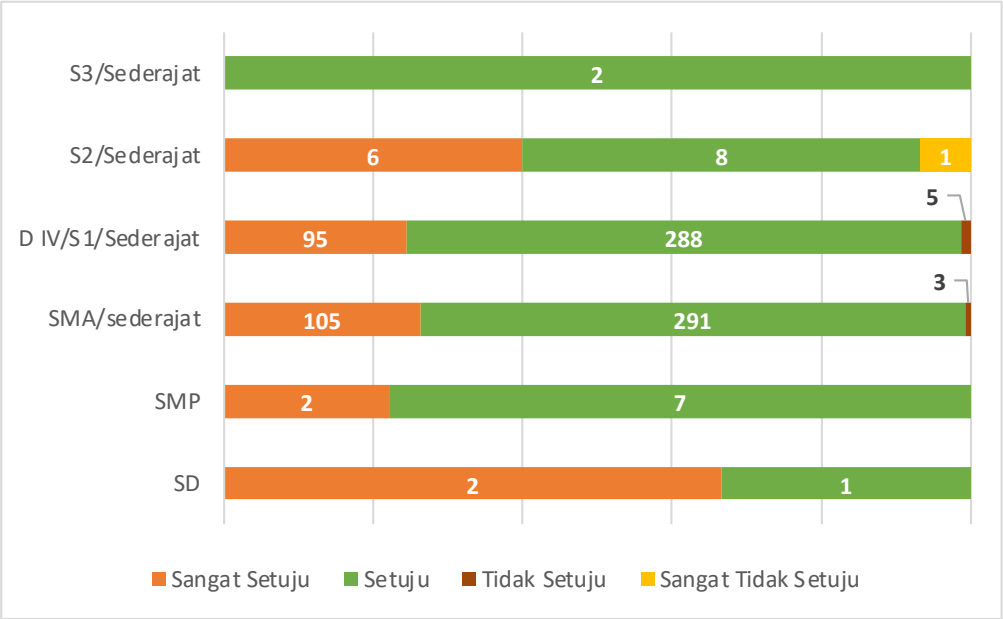
Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa sarana dan prasarana yang dibutuhkan telah tersedia dan layak digunakan . Persepsi tersebut dapat dilihat dari komposisi persepsi sebesar 73,16% (597 responden) menyatakan "Setuju" dengan pernyataan tersebut. Di urutan kedua sebesar 25,47% (210 responden) menyatakan "Sangat Setuju" dengan pernyataan tersebut. Sisanya sebesar 0,98% (8 responden) menyatakan "Tidak Setuju" dan sebesar 0,12% (1 responden) menyatakan "Sangat Tidak Setuju" dengan pernyataan tersebut.

4.4.1 Pemetaan Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Tahapan berikutnya pemetaan efektivitas sarana dan prasarana terhadap demografi responden. Tujuan pemetaan ini untuk melihat lebih detail mengenai karakteristik demografi responden terhadap persepsi yang diberikan. Lebih lanjut mengenai pemetaan demografi dan persepsi sarana dan prasarana, akan dijelaskan pada grafik di bawah.

Pemetaan bagian pertama terkait butir pertanyaan "Lokasi sosialisasi mudah dijangkau." Pemetaan akan dilakukan secara berurutan berdasarkan

demografi, dimulai dari pendidikan terakhir, jenis kelamin, rentang usia dan frekuensi partisipasi sebagai berikut.

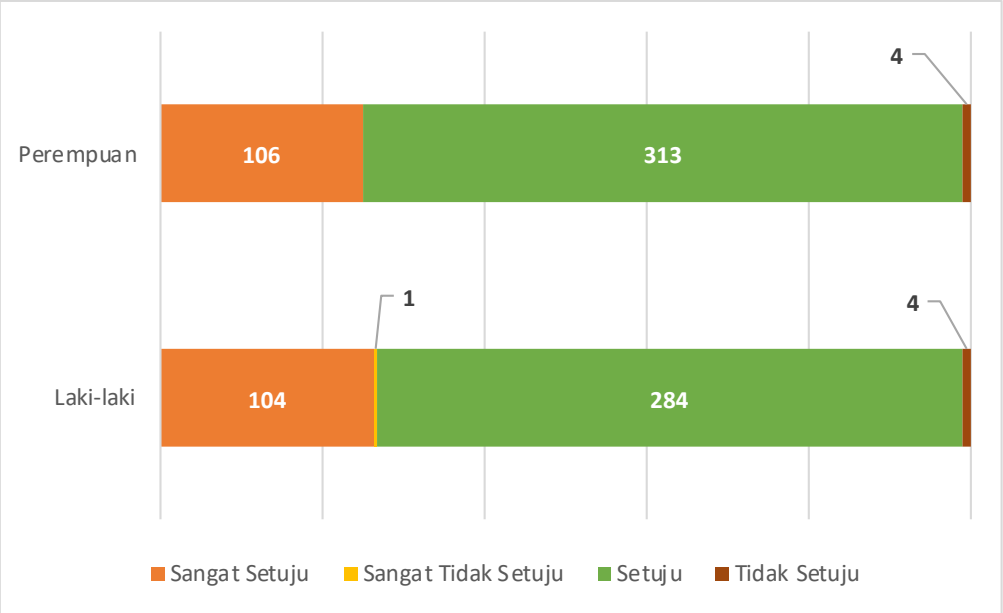


Gambar 64. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses Lokasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 100% (2 responden) menyatakan Setuju.
2. S2/Sederajat: sebesar 53,33% (8 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 40% (6 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 6,67% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 74,23% (288 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 24,48% (95 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,29% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju.
4. SMA/Sederajat: sebesar 72,93% (291 responden) menyatakan setuju. Sisanya sebesar 26,32% (105 responden) menyatakan Sangat Setuju.

5. SMP: sebesar 77,78% (7 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 22,2% (2 responden) menyatakan Sangat Setuju
6. SD: sebesar 66,6% (2 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 33,3% (1 responden) menyatakan Setuju.

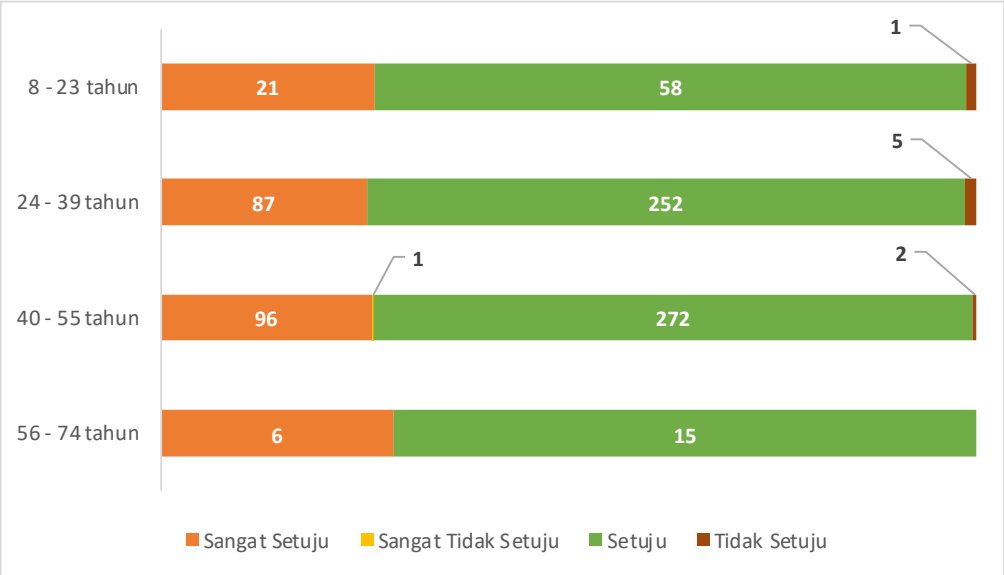


Gambar 65. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses Lokasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 74% (313 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,06% (106 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya, sebesar 1,02% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Laki-laki: sebesar 72,26% (284 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 26,46% (104 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,02% (4 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



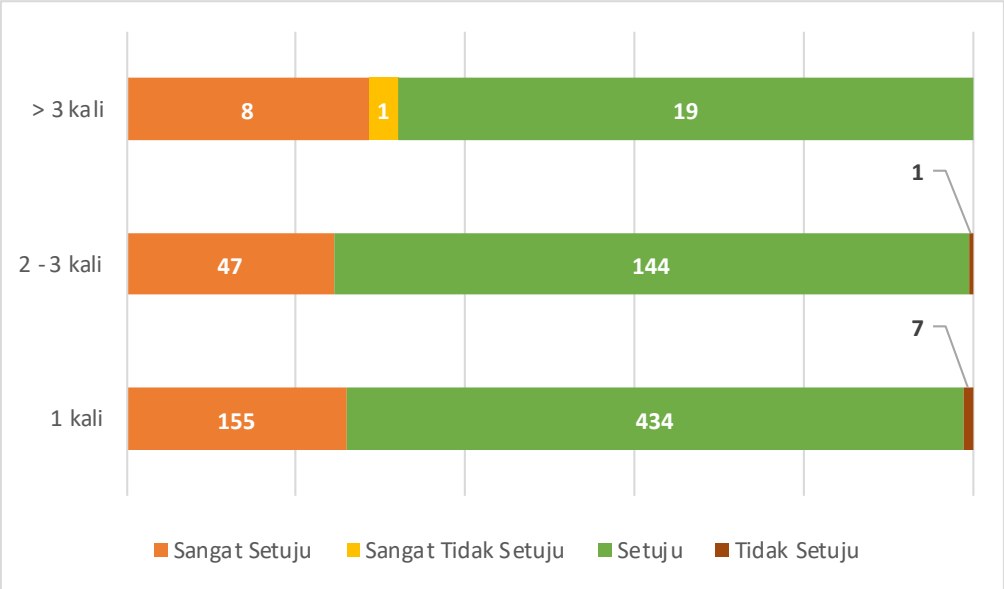
Gambar 66. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses Lokasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 72,5% (58 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 26,25% (21 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 1,25% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 73,26% (252 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,29% (87 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,45% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 73,32% (272 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,88% (96 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 0,54% (2 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sebesar 0,27% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 71,43% (15 responden) menyatakan Setuju, sisanya sebesar 28,57% (6 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap frekuensi partisipasi peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



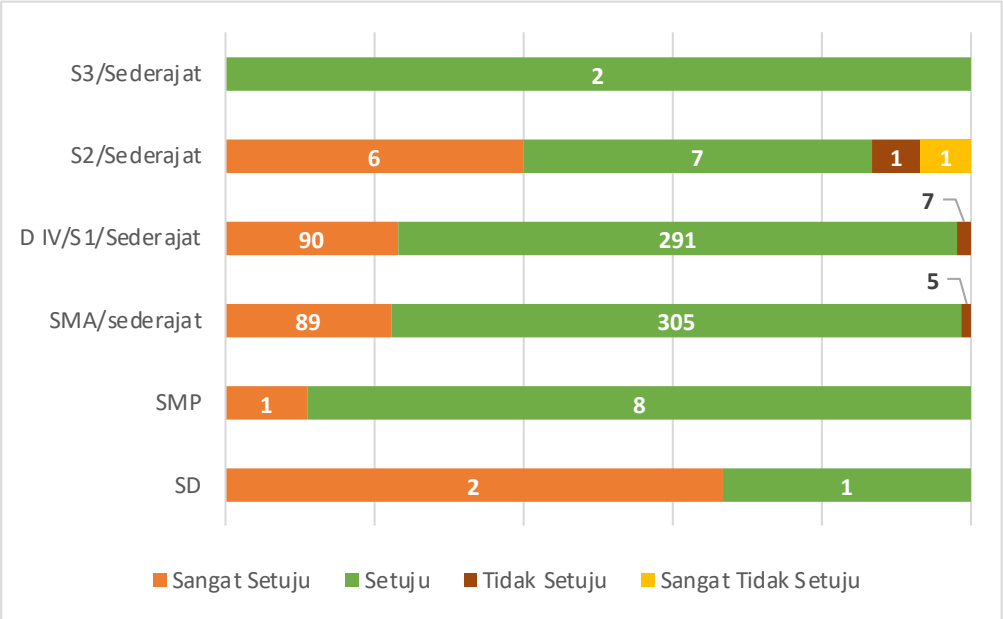
Gambar 67. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Akses Lokasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Frekuensi Partisipasi

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan frekuensi partisipasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 67,86% (19 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 28,57% (8 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 75% (144 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 24,48% (47 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,17% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.

3. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 (satu) kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 72,82% (434 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 26% (155 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,17% (7 responden) menyatakan Tidak Setuju.

Pemetaan bagian kedua terkait butir pertanyaan "Sarana & prasarana sosialisasi (contoh: materi fisik, ruangan, alat tulis, dll) tersedia dan layak digunakan." Pemetaan akan dilakukan secara berurutan berdasarkan demografi, dimulai dari pendidikan terakhir, jenis kelamin, rentang usia dan frekuensi partisipasi sebagai berikut.



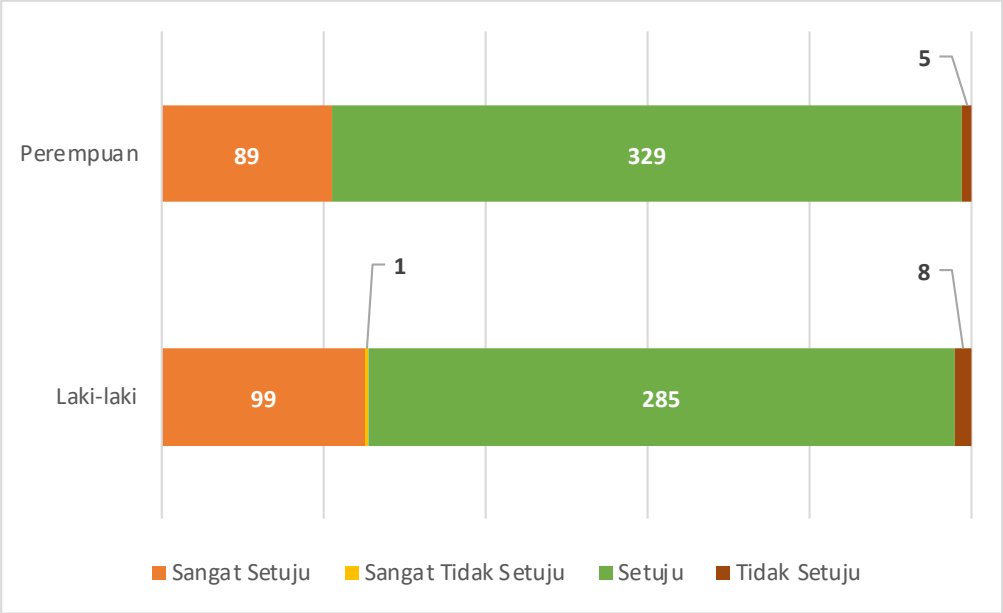
Gambar 68. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Ketersediaan dan Kelayakan Sarana dan Prasarana Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 100% (2 responden) menyatakan Setuju.
2. S2/Sederajat: sebesar 46,67% (7 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 40% (6 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya

masing-masing sebesar 6,67% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 75% (291 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 23,2% (90 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,8% (7 responden) menyatakan Tidak Setuju.
4. SMA/Sederajat: sebesar 76,44% (105 responden) menyatakan setuju. Sebesar 22,31% (89 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1,25% (1 responden) menyatakan Tidak Setuju.
5. SMP: sebesar 88,89% (8 responden) menyatakan Setuju. Sisanya sebesar 11,11% (1 responden) menyatakan Sangat Setuju
6. SD: sebesar 66,6% (2 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 33,3% (1 responden) menyatakan Setuju.

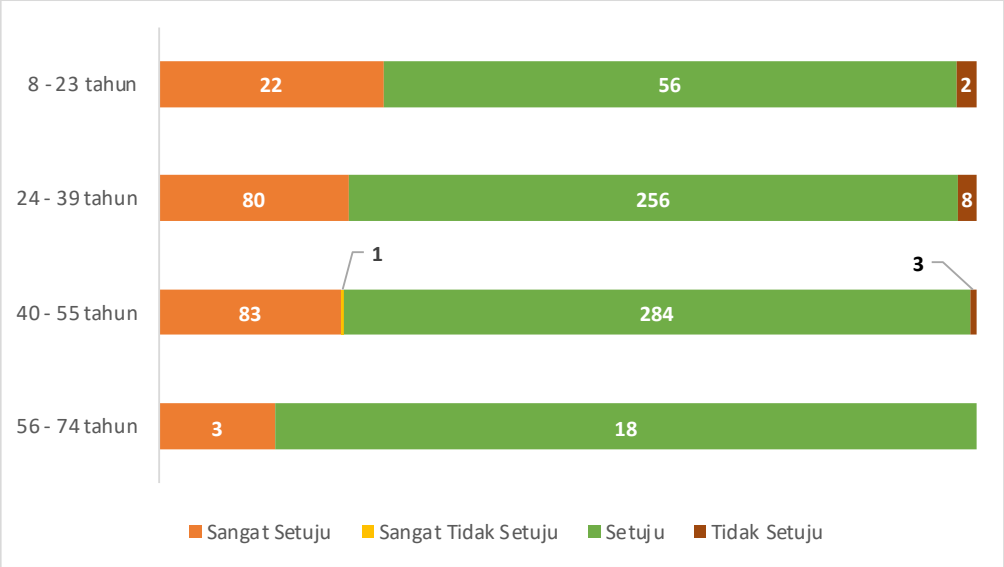


Gambar 69. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Ketersediaan dan Kelayakan Sarana dan Prasarana Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 77,78% (329 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 21,04% (89 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya, sebesar 1,18% (5 responden) menyatakan Tidak Setuju.
2. Laki-laki: sebesar 72,78% (285 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 25,19% (99 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 2,04% (8 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sisanya sebesar 0,25% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



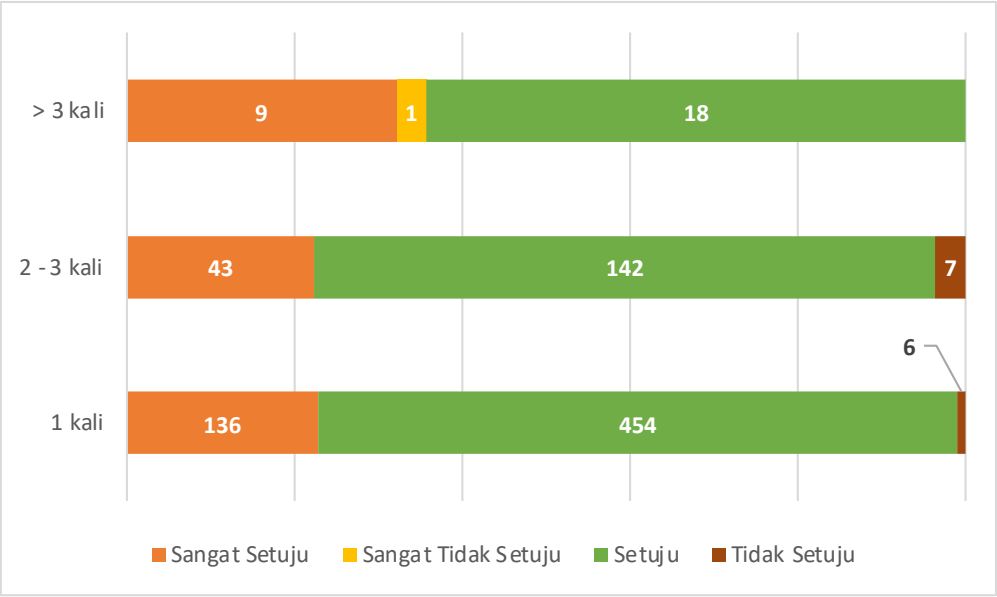
Gambar 70. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Ketersediaan dan Kelayakan Sarana dan Prasarana Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 70% (56 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 27,5% (22 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 2,5% (2 responden) menyatakan Tidak Setuju.

2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 74,42% (256 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 23,26% (80 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 2,33% (8 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 76,55% (284 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 22,37% (83 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sebesar 0,81% (3 responden) menyatakan Tidak Setuju. Sebesar 0,27% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 85,71% (18 responden) menyatakan Setuju, sisanya sebesar 14,29% (3 responden) menyatakan Sangat Setuju.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap frekuensi partisipasi peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



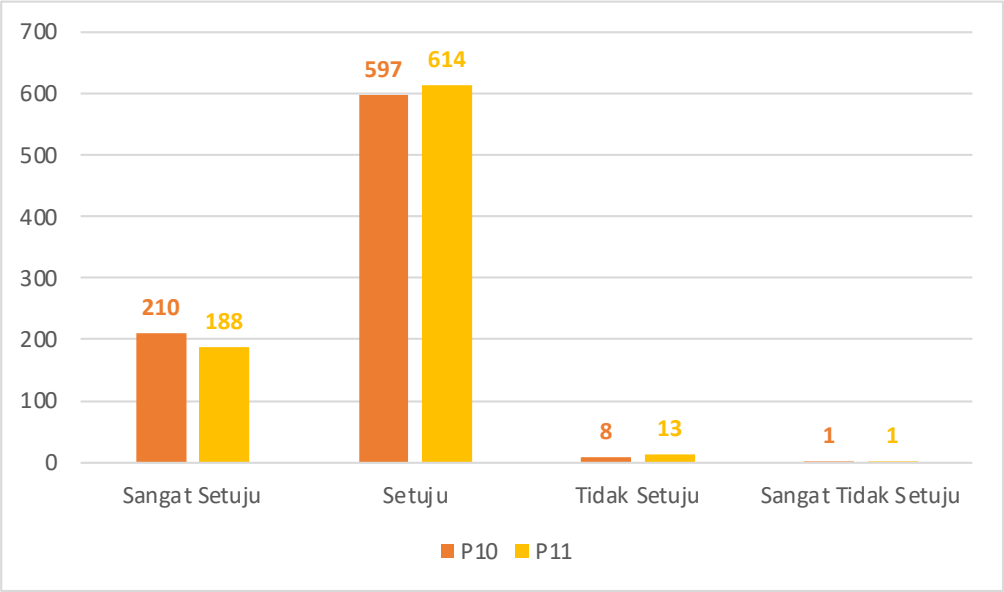
Gambar 71. Pemetaan Persepsi Responden Terhadap Ketersediaan dan Kelayakan Sarana dan Prasarana Berdasarkan Frekuensi Partisipasi

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan frekuensi partisipasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 64,29% (18 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 32,14% (9 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 3,57% (1 responden) menyatakan Sangat Tidak Setuju.
2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 73,96% (142 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 22,4% (43 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 3,65% (7 responden) menyatakan Tidak Setuju.
3. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 (satu) kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: Sebesar 76,172% (454 responden) menyatakan Setuju. Sebesar 22,82% (136 responden) menyatakan Sangat Setuju. Sisanya sebesar 1% (6 responden) menyatakan Tidak Setuju.

4.4.2 Analisis Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan hasil temuan dan pemetaan survei, dilakukan analisis untuk mengetahui efektivitas sarana dan prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Analisis dilakukan dengan membandingkan gambaran umum dari persepsi responden pada masing-masing butir pertanyaan yang diberikan. Diharapkan, hasil analisis bisa memberikan gambaran mengenai persepsi responden terkait akses lokasi serta kesiapan dan kelayakan sarana dan prasarana sosialisasi.



Gambar 72. Analisis Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Butir Pertanyaan Kuesioner

Berdasarkan grafik di atas, secara garis besar persepsi responden mengenai sarana dan prasarana sosialisasi sangat baik. Hal tersebut dilihat dari rata-rata persentase jawaban "Setuju" dari tiap butir kuesioner sebesar 74,2% dan "Sangat Setuju" sebesar 24,39%. Sementara persentase jawaban "Tidak Setuju" hanya sebesar 1,29% dan jawaban "Sangat Tidak Setuju" sebesar 0,12%. Berikut hasil analisis terkait sarana dan prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI:

1. Persepsi positif responden tertinggi dengan kategori persepsi "Setuju" berasal dari butir pertanyaan 10 "Lokasi sosialisasi mudah dijangkau." Persepsi tersebut disampaikan oleh mayoritas responden dengan pendidikan terakhir S3/Sederajat (masing-masing sebesar 100% dari total responden SD dan S3/Sederajat); berjenis kelamin Wanita (74%); berusia 40 – 55 tahun (73,32%) dengan frekuensi partisipasi 2 – 3 kali partisipasi (75%).

2. Persepsi positif responden tertinggi dengan kategori persepsi “Sangat Setuju” berasal dari butir pertanyaan 11 “Sarana & prasarana sosialisasi (contoh: materi fisik, ruangan, alat tulis, dll) tersedia dan layak digunakan.” Persepsi tersebut disampaikan oleh mayoritas responden dengan pendidikan terakhir SD (sebesar 66,67% dari total responden SD); berjenis kelamin Laki-laki (25,19%); berusia 8 - 23 tahun (27,5%) dengan frekuensi partisipasi lebih dari 3 (tiga) kali partisipasi (32,14%).
3. Sebagian kecil responden dengan kategori persepsi “Tidak Setuju” berasal dari butir pertanyaan 11 “Sarana & prasarana sosialisasi (contoh: materi fisik, ruangan, alat tulis, dll) tersedia dan layak digunakan.”

Secara garis besar, mayoritas responden dengan persepsi “Setuju” terhadap butir pertanyaan terkait materi sosialisasi, memiliki latar belakang S3, jenis kelamin Wanita, rentang usia 40 – 55 tahun dengan frekuensi partisipasi sebanyak 2 – 3 kali dan 1 (satu) kali. Mayoritas responden dengan persepsi “Sangat Setuju” terhadap butir pertanyaan terkait materi sosialisasi, memiliki latar belakang SD, jenis kelamin Laki-laki, rentang usia 56 – 74 dan 8 – 23 tahun dengan frekuensi partisipasi sebanyak lebih dari 3 (tiga) kali. Lebih lengkapnya dijabarkan pada tabel berikut.

Tabel 7. Analisis Efektivitas Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Demografi Responden

Pertanyaan		Pendidikan	Jenis Kelamin	Rentang usia (tahun)	Frekuensi Partisipasi
Butir	Keterangan				
10	Setuju	S3	Wanita	40 – 55	2 – 3
	Sangat Setuju	SD	Laki-laki	56 – 74	> 3 kali
11	Setuju	S3	Wanita	40 – 55	1
	Sangat Setuju	SD	Laki-laki	8 – 23	> 3 kali

Secara umum, dapat dikatakan bahwa dukungan penyelenggaraan kegiatan sosialisasi oleh Sekretariat Jenderal MPR RI telah berjalan efektif. Kemudahan akses lokasi sosialisasi diduga merupakan salah satu faktor yang mendukung animo masyarakat dalam mengikuti Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Selain itu, ketersediaan sarana dan prasarana yang layak digunakan menjadi salah satu faktor yang dapat menunjang kenyamanan peserta sosialisasi selama kegiatan berlangsung. Ketersediaan materi fisik dan alat tulis yang layak digunakan dapat membantu pemahaman peserta sosialisasi sementara ruang sosialisasi yang layak dapat memberikan kenyamanan peserta sosialisasi.

4.5 Permasalahan dan Saran Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Identifikasi permasalahan dan rekomendasi merupakan analisis kualitatif Survei Efektivitas Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Analisis bertujuan untuk mengetahui kendala yang dihadapi para peserta selama mengikuti kegiatan sosialisasi dan bagaimana mengatasi kendala tersebut dari sudut pandang peserta. Sumber data dalam analisis ini terdiri dari kuesioner *online* dengan pertanyaan terbuka dan melalui *Focus Group Discussion (FGD)* di beberapa wilayah. Pertanyaan melalui kuesioner *online* untuk mengetahui persepsi awal yang akan dikonfirmasi dan digali lebih dalam melalui FGD. Kegiatan FGD dilakukan pada 5 (lima) Provinsi representatif dari Indonesia bagian Barat, Tengah dan Timur.

4.5.1 Permasalahan Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan persepsi responden dari kuesioner *online* yang diperdalam melalui FGD, berikut permasalahan terkait penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

1. **Durasi penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI dirasa masih kurang.**

Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI rata-rata berdurasi sekitar 2 (dua) jam, sedangkan terdapat 4 (empat) tema utama yang harus disampaikan, yaitu terkait Pancasila, UUD 1945, Bhineka tunggal Ika, dan NKRI, sehingga penyampaian materi dirasakan terkesan terburu-buru dikarenakan alokasi waktu yang disediakan sangat terbatas. Dengan demikian pemahaman peserta terkait 4 (empat) pilar MPR RI tidak mendalam.

2. **Target peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI dinilai masih terbatas pada kalangan tertentu.**

   Di beberapa provinsi, Sosialisasi Empat Pilar MPR RI hanya dilakukan pada kalangan tertentu saja, seperti mahasiswa/akademisi atau kelompok yang mudah dijangkau oleh pelaksana sosialisasi, dan tidak menyasar pada elemen masyarakat lainnya, seperti tokoh masyarakat, LSM, komunitas, dan elemen masyarakat lainnya. Disamping itu, peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI juga dirasakan repetitif (berulang) dari tahun ke tahun.

3. **Jangkauan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI dirasa masih terbatas.**

   Disamping target peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI yang dirasa hanya berasal dari kalangan tertentu saja, jangkauan dari kegiatan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI juga dirasa masih kurang luas, idealnya kegiatan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI juga dilaksanakan sampai ke desa-desa dengan menargetkan elemen masyarakat yang lebih luas, tidak hanya dilakukan di kota dengan target peserta hanya pada kalangan tertentu saja.

4. **Kegiatan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI dirasa sebagai bagian dari kampanye politik**

   Adanya sentimen negatif dan isu kepercayaan terhadap narasumber menimbulkan anggapan dari peserta bahwa kegiatan Sosialisasi Empat

Pilar MPR RI yang dilaksanakan hanya sebagai bagian dari kampanye politik yang dilakukan oleh Narasumber/Pemateri. Disamping itu, peserta merasa Narasumber/Pemateri dari kalangan politisi yang menyampaikan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI secara pribadi belum menerapkan nilai-nilai yang terkandung dalam Empat Pilar MPR RI tersebut.

5. **Desain/tampilan materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI tidak diperbaharui.**

   Peserta di beberapa daerah merasa desain materi tidak menarik dan monoton. Desain materi yang masih dianggap konvensional dengan substansi yang tidak berubah dari tahun ke tahun. Dengan variasi demografi sudah seharusnya desain materi diperbaharui.

6. **Materi sosialisasi tidak disesuaikan dengan latar belakang dan karakter peserta**

   Materi sosialisasi, baik dari sisi desain, bahasa, dan konten dirasa tidak mempertimbangkan latar belakang dan karakter peserta yang menghadiri kegiatan sosialisasi. Materi disusun secara umum dan Jakarta-sentris, tidak menyesuaikan tampilan materi dengan peserta yang masih muda, menggunakan bahasa/istilah yang sulit dicerna oleh masyarakat awam, dan tidak menyisipkan konten/contoh yang sesuai dengan kearifan lokal masyarakat setempat. Dengan demikian ketertarikan peserta terhadap materi yang disampaikan menjadi berkurang dan peserta akan kesulitan dalam memahami materi sosialisasi yang disampaikan.

7. **Pengetahuan dan latar belakang narasumber tidak sesuai dengan materi yang disampaikan**

   Pemilihan Narasumber/Pemateri yang tidak tepat sehingga memengaruhi efektivitas *deliverables* sosialisasi. Penugasan

Pemateri/Narasumber dengan latar belakang dan pengetahuan yang tidak sesuai dengan materi sosialisasi menyebabkan kesulitan dalam penyampaian materi. Kesulitan tersebut mendorong Narasumber/Pemateri cenderung membaca paparan/bahan tayang tanpa melakukan elaborasi melalui contoh yang relevan dengan peserta sosialisasi. Hal tersebut menyebabkan peserta tidak tertarik mengikuti alur sosialisasi dan kesulitan untuk memahami materi yang disampaikan.

8. **Gaya komunikasi yang tidak tepat**

   Beberapa Pemateri/Narasumber masih memiliki gaya komunikasi yang kaku atau monoton sehingga tidak terjadi dialog (komunikasi dua arah melalui diskusi atau tanya jawab). Keterlibatan peserta sosialisasi yang rendah mengakibatkan peserta bosan dan tidak tertarik untuk mendengarkan paparan materi. Pada sosialisasi berjalan tidak efektif karena tidak terserap.

9. **Tujuan memberikan sosialisasi belum jelas**

   Beberapa peserta sosialisasi di beberapa wilayah tidak mengerti tujuan sosialisasi. Tujuan yang dimaksud apakah kewajiban peserta hanya sebagai pendengar atau sebagai agen yang menyebarluaskan kepada masyarakat mengenai Empat Pilar MPR RI. Persepsi tersebut sangat memengaruhi perilaku peserta setelah mendapatkan sosialisasi.

10. **Motivasi peserta menghadiri kegiatan sosialisasi hanya untuk mendapatkan suvenir**

    Dalam beberapa kegiatan sosialisasi, peserta yang hadir cenderung bertujuan untuk mendapatkan suvenir dan uang akomodasi dibanding menyerap materi yang disampaikan oleh Narasumber/Pemateri. Hal ini tentu akan memengaruhi efektivitas penyelenggaraan sosialisasi

dimana materi yang disampaikan tidak dapat diserap oleh peserta sosialisasi

4.5.2 Saran Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan persepsi responden terkait permasalahan selama penyelenggaraan sosialisasi yang didapatkan melalui kuesioner *online* dan FGD, berikut rekomendasi yang dapat menjadi pertimbangan perbaikan penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

1. **Menambah durasi waktu dan frekuensi penyelenggaraan kegiatan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI**

   Berdasarkan permasalahan sebelumnya yaitu peserta merasa penyampaian materi selama Sosialisasi Empat Pilar MPR RI dilakukan tergesa-gesa karena alokasi waktu yang tidak mencukupi. Dengan demikian, banyaknya materi yang perlu disampaikan perlu didukung dengan durasi kegiatan yang tepat sehingga penyampaian materi dapat terserap baik oleh peserta sosialisasi.

2. **Menjadikan materi terkait Empat Pilar MPR RI menjadi kurikulum wajib yang diajarkan di sekolah, mulai dari tingkatan Sekolah Dasar (SD) hingga ke jenjang perguruan tinggi.**

   Menanamkan nilai-nilai kebangsaan yang terkandung dalam empat Pilar MPR RI merupakan upaya yang harus dilakukan terus menerus, tidak cukup hanya dilakukan melalui sosialisasi saja. Oleh sebab itu dirasa perlu untuk disusun dalam bentuk kurikulum pendidikan dan diajarkan melalui pendidikan formal, mulai dari tingkat pendidikan Sekolah dasar (SD) hingga ke jenjang perguruan tinggi. Dengan demikian, nilai-nilai yang terkandung dalam Empat Pilar MPR RI dapat mengakar pada generasi penerus bangsa.

3. **Sosialisasi tidak hanya dilakukan secara konvensional (melalui tatap muka di ruangan tertutup), tetapi juga dilakukan melalui media elektronik**

   Saat ini kegiatan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI masih dilakukan dengan cara konvensional, yaitu melalui tatap muka secara langsung di ruangan tertutup. Dengan demikian, jumlah peserta tentunya akan terbatas sesuai dengan alokasi waktu penyelenggaraan kegiatan dan kapasitas ruangan. Oleh sebab itu perlu adanya metode tambahan yang mampu menjangkau peserta yang lebih banyak dan memiliki jangkauan yang lebih luas. Salah satunya adalah dengan menggunakan media elektronik seperti televisi, radio, dan media sosial. Penggunaan media elektronik, terutama media sosial tentunya akan mampu mencapai peserta yang lebih banyak dan memiliki jangkauan yang lebih luas. Hal ini disebabkan oleh penetrasi pengguna internet di Indonesia selalu meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan laporan hasil survei yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 77,02% dengan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai hingga 210 juta jiwa. Laporan APJII tersebut juga mengatakan bahwa 89,15% pengguna internet di Indonesia menggunakan internet untuk mengakses konten media sosial. Oleh sebab itu, MPR RI diharapkan dapat melakukan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI melalui media sosial dengan maksimal. Sosialisasi dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi konten menarik untuk disimak, dapat melalui video singkat, *podcast*, dan sebagainya. Selain menggunakan media sosial, Sosialisasi Empat Pilar MPR RI juga sebaiknya dilakukan melalui media elektronik lainnya seperti radio dan televisi. Hal ini perlu dilakukan untuk mencapai peserta yang tidak menggunakan internet. Dengan

demikian, ke depannya Sosialisasi Empat Pilar MPR RI mampu mencapai jumlah peserta yang lebih banyak dan memiliki jangkauan yang lebih luas hingga ke pelosok negeri.

4. **Menggandeng *influencer/content creator* dalam melakukan sosialisasi**

   Penggunaan media sosial dalam melakukan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI membutuhkan kreativitas dalam memproduksi konten sehingga menarik pengguna masyarakat media sosial. Oleh sebab itu perlu untuk menggandeng *influencer* yang memiliki banyak pengikut*/content creator* yang kreatif dalam memproduksi konten. Dengan demikian konten sosialisasi dapat menjangkau peserta yang lebih banyak dan luas serta konten yang dihasilkan mampu menarik perhatian peserta.

5. **Melibatkan lebih banyak elemen masyarakat dalam kegiatan sosialisasi empat pilar MPR RI**

   Selain menggandeng *influencer/content creator* dalam melakukan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI perlu juga untuk menggandeng/bekerja sama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) tokoh adat/tokoh masyarakat, komunitas, organisasi/lembaga non-pemerintah lainnya untuk turut serta membantu melakukan sosialisasi. Hal ini perlu dilakukan karena individu/organisasi tersebut bersentuhan langsung kepada masyarakat dan untuk melengkapi kegiatan sosialisasi yang dilakukan secara daring *(online).*

6. **Memperluas jangkauan sosialisasi (target peserta dan wilayah)**

   Pada permasalahan yang disebutkan sebelumnya, peserta yang mengikuti kegiatan sosialisasi terkesan hanya dari kalangan tertentu saja, repetitif (berulang dari tahun ke tahun), dan penyelenggaraan kegiatan dilakukan hanya di pusat kota, sedangkan nilai-nilai dari

Empat Pilar MPR RI merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan oleh seluruh elemen/lapisan masyarakat di Indonesia. Oleh sebab itu diharapkan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI yang akan datang dapat dilakukan kepada elemen/lapisan masyarakat yang lebih luas, baik kepada ibu rumah tangga, pemuda, tokoh masyarakat/adat, siswa, masyarakat umum/masyarakat yang berada pada daerah terpencil/masyarakat desa, dan sebagainya.

7. **Menyisipkan materi yang berisikan kearifan lokal masyarakat setempat**

   Tujuan dalam menyampaikan materi sosialisasi adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terkait nilai-nilai kebangsaan yang terkandung dalam Empat Pilar MPR RI. Oleh sebab itu, perlu untuk mengaitkan nilai-nilai tersebut dengan kearifan lokal yang berlaku. Untuk membantu peserta dalam memahami dan menyerap materi yang disampaikan, perlu untuk menyisipkan materi dan/atau contoh yang menunjukkan relevansi antara nilai-nilai yang dikandung dalam Empat Pilar MPR RI dengan nilai-nilai yang dimiliki oleh budaya/adat istiadat masyarakat setempat. Dengan demikian peserta sosialisasi dapat dengan mudah memahami materi yang disampaikan karena masih relevan dengan nilai-nilai dari budaya /adat istiadat lokal yang dipegang selama ini.

8. **Meningkatkan pemahaman terkait materi dan kemampuan komunikasi narasumber**

   Pemahaman terkait materi dan kemampuan komunikasi dari narasumber merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Dengan pemahaman dan kemampuan berkomunikasi yang baik, narasumber dapat menyampaikan materi yang rumit dengan bahasa yang sederhana, sehingga peserta sosialisasi dapat dengan mudah

memahami dan menyerap materi yang disampaikan, disamping itu, kegiatan sosialisasi menjadi lebih menyenangkan dan tidak membosankan.

9. **Melakukan *pre-test* dan *post-test* kepada peserta pada saat menyelenggarakan kegiatan sosialisasi.**

   Asesmen berupa *pre-test dan post-test* merupakan hal yang penting dalam kegiatan sosialisasi. Tujuan melakukan asesmen *pre-test* adalah untuk mengukur pengetahuan peserta terkait Empat Pilar MPR RI sebelum mendapatkan sosialisasi, dengan demikian narasumber dapat dengan mudah mengetahui karakteristik peserta dan dapat menyesuaikan metode penyampaian dengan karakteristik tersebut. Sedangkan tujuan dari dilakukannya asesmen *post-test* adalah untuk mengukur kembali pengetahuan peserta terkait Empat Pilar MPR RI setelah mendapatkan sosialisasi. Dengan demikian narasumber dapat mengetahui apakah materi yang disampaikan dapat diserap dengan baik oleh peserta, atau justru sebaliknya. Disamping itu, narasumber juga dapat mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi peserta sosialisasi dalam memahami/menyerap materi dan mereviu proses penyelenggaraan kegiatan guna perbaikan kegiatan sosialisasi ke depannya

11. **Selalu melakukan inovasi dalam penyelenggaraan sosialisasi**

    Berdasarkan hasil diskusi melalui FGD dengan peserta yang pernah mengikuti kegiatan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI, penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI cenderung monoton dan tidak ada perubahan dibandingkan tahun sebelumnya, baik dari materi/bahan tayang, metode, media/cara penyampaian, konten, dan sebagainya. Oleh sebab itu, perlu untuk memperbaharui hal-hal tersebut agar kegiatan sosialisasi tidak terkesan monoton dan membosankan.

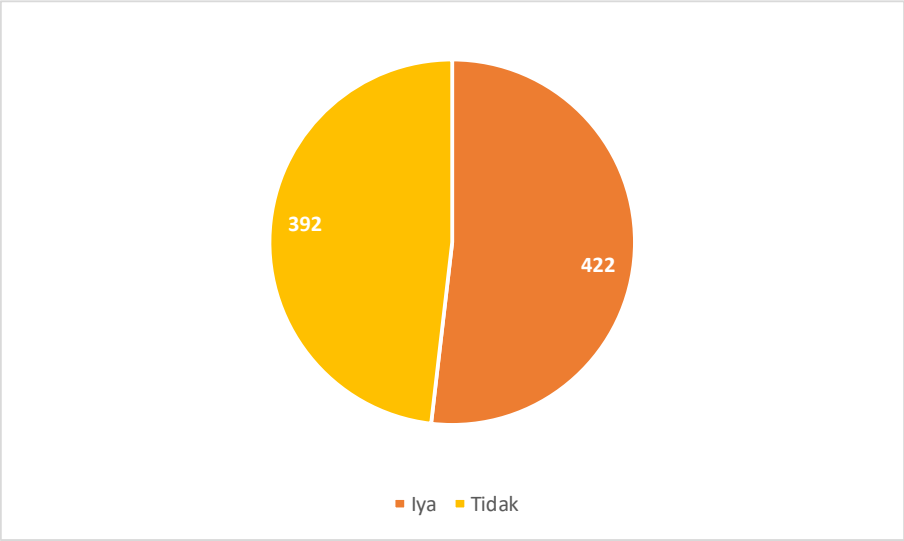
4.6 Preferensi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Penyelenggaraan survei Efektivitas Sosialisasi Empat Pilar MPR RI tidak hanya memetakan kondisi penyelenggaraan sosialisasi saat ini namun melihat preferensi penyelenggaraan sosialisasi. Preferensi yang dimaksud adalah kecenderungan bagaimana penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI yang ideal dimasa mendatang dari sudut pandang peserta saat ini. Preferensi dibagi menjadi tiga bagian, meliputi: materi, metode dan preferensi durasi. Masing-masing akan dibahas pada subbab berikut.

4.6.1 Preferensi Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

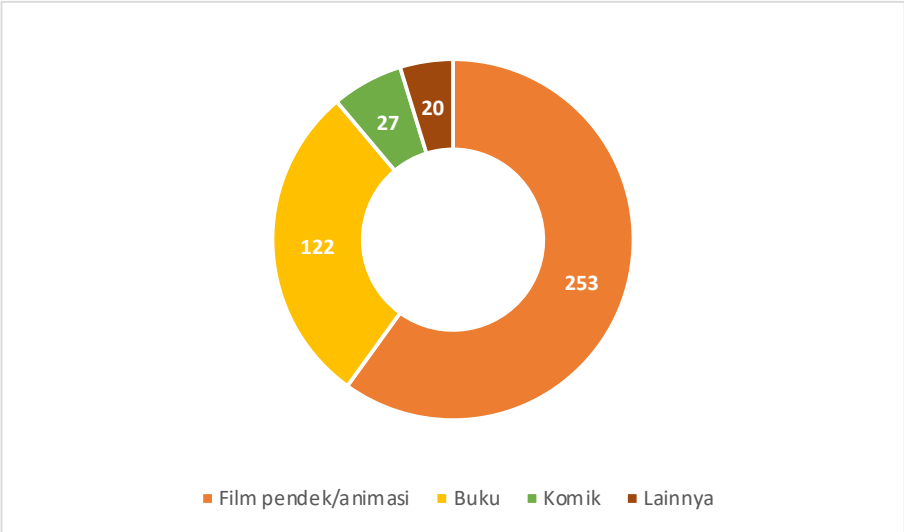
Kecenderungan materi sosialisasi dilakukan untuk mengetahui persepsi responden mengenai pembaharuan materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI di masa mendatang. Terdapat 2 (dua) pertanyaan yang diajukan. Pertanyaan pertama adalah "Apakah Bentuk/Tampilan Materi Sosialisasi perlu diperbaharui?" Jika responden memilih jawaban "Iya", maka akan dilanjutkan ke pertanyaan kedua yaitu "Bentuk/Tampilan materi sosialisasi apa yang efektif?" Terdapat alternatif bentuk/tampilan materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI, meliputi: buku, film pendek/animasi, komik, bentuk lainnya.

Berdasarkan hasil survei, berikut persepsi responden mengenai pertanyaan "Apakah Bentuk/Tampilan Materi Sosialisasi perlu diperbaharui?"



Gambar 73.Preferensi Pembaharuan Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan grafik di atas, sebesar 51,84% (442 responden) memiliki persepsi bahwa bentuk/tampilan materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI perlu diperbaharui. Sisanya sebesar 48,16% (392 responden) memiliki persepsi sebaliknya. Sebanyak 442 responden kemudian diberikan pertanyaan lanjutan mengenai bentuk/tampilan materi sosialisasi yang dianggap efektif.

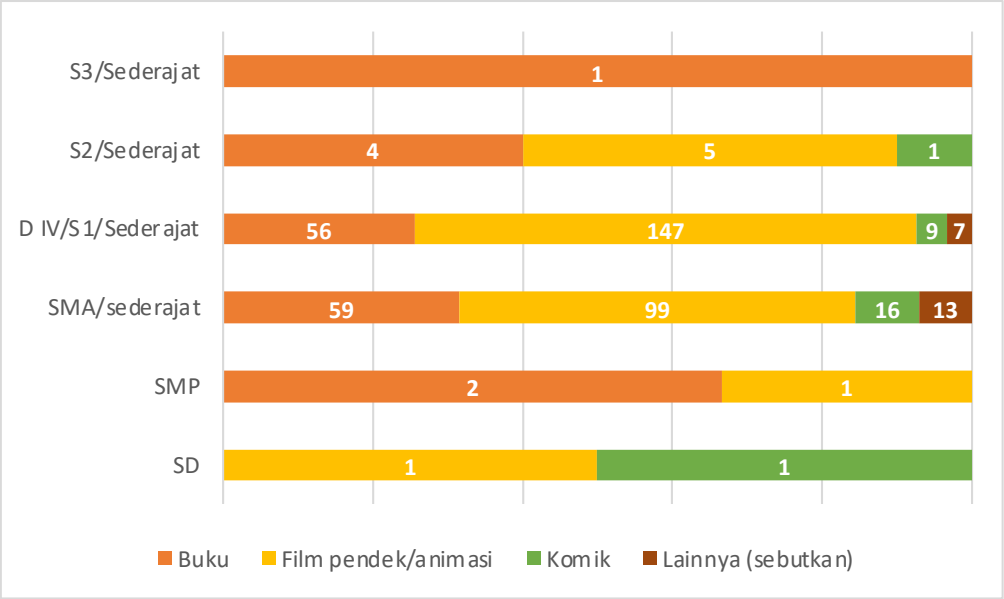


Gambar 74. Preferensi Alternatif Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan grafik diatas, mayoritas responden sebesar 59,95% (253 responden) memiliki preferensi materi sosialisasi dalam bentuk film pendek/animasi. Sebesar 28,91% (122 responden) memiliki preferensi materi sosialisasi dalam bentuk buku. Sisanya sebesar 6,4% (27 responden) memiliki preferensi materi sosialisasi dalam bentuk komik dan 4,74% (20 responden) dengan preferensi materi sosialisasi dalam bentuk lain.

4.6.2 Pemetaan Preferensi Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Tahapan berikutnya analisis preferensi materi terhadap demografi responden. Analisis bertujuan untuk melihat lebih detail mengenai karakteristik demografi responden terhadap preferensi materi sosialisasi ke depan. Analisis dilakukan secara berurutan dimulai dari pendidikan terakhir, jenis kelamin, dan rentang usia sebagai berikut.

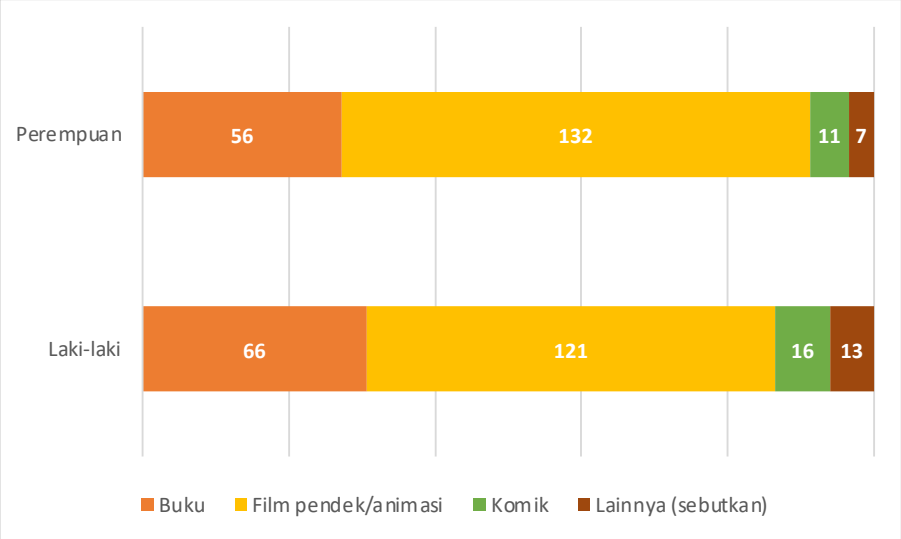


Gambar 75. Pemetaan Preferensi Alternatif Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 100% (1 responden) memilih Buku.
2. S2/Sederajat: sebesar 50% (5 responden) memilih Film pendek/animasi. Sebesar 40% (4 responden) memilih buku. Sisanya sebesar 10% (1 responden) memilih komik.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 67,12% (147 responden) memilih Film pendek/animasi. Sebesar 25,57% (56 responden) memilih buku. Sebesar 4,11% (9 responden) memilih komik. Sisanya sebesar 3,2% (7 responden) memilih jenis materi sosialisasi lainnya.
4. SMA/Sederajat: sebesar 52,94% (99 responden) memilih Film pendek/animasi. Sebesar 31,55% (59 responden) memilih buku. Sebesar 8,56% (16 responden) memilih komik. Sisanya sebesar 6,95% (13 responden) memilih jenis materi sosialisasi lainnya.
5. SMP: sebesar 66,67% (2 responden) memilih buku. Sisanya sebesar 33,3% (1 responden) memilih Film pendek/animasi
6. SD: sebesar 50% (masing-masing 1 responden) memilih Film pendek/animasi dan komik.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap jenis kelamin peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

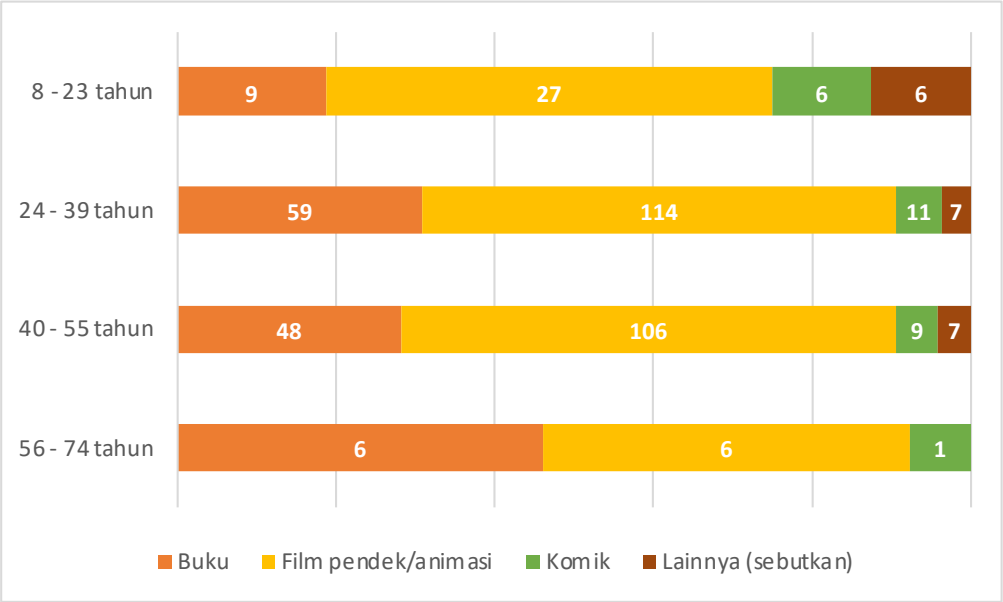


Gambar 76. Pemetaan Preferensi Alternatif Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Jenis Kelamiin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 64,08% (132 responden) memilih Film pendek/animasi. Sebesar 27,18% (56 responden) memilih buku. Sebesar 5,34% (11 responden) memilih komik. Sisanya sebesar 3,4% (7 responden) memilih jenis materi sosialisasi lainnya.
2. Laki-laki: sebesar 56,02% (121 responden) memilih Film pendek/animasi. Sebesar 30,56% (66 responden) memilih buku. Sebesar 7,41% (16 responden) memilih komik. Sisanya sebesar 6,02% (13 responden) memilih jenis materi sosialisasi lainnya.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



Gambar 77. Pemetaan Preferensi Alternatif Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Rentang Usia

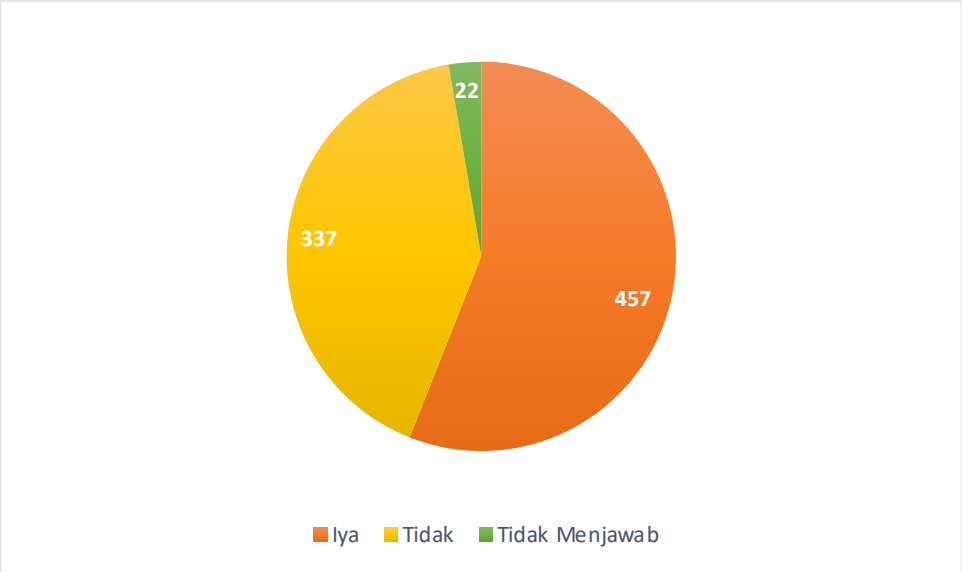
Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 56,25% (27 responden) memilih Film pendek/animasi. Sebesar 18,75% (9 responden) memilih buku. Sisanya sebesar 12,5% (masing-masing 6 responden) memilih komik dan jenis materi sosialisasi lainnya.
2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 56,68% (114 responden) memilih Film pendek/animasi. Sebesar 30,89% (59 responden) memilih buku. Sebesar 5,76% (11 responden) memilih komik. Sisanya sebesar 3,66% (7 responden) memilih jenis materi sosialisasi lainnya.
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 62,35% (106 responden) memilih Film pendek/animasi. Sebesar 28,24% (48 responden) memilih buku. Sebesar 5,29% (9 responden) memilih komik. Sisanya sebesar 4,12% (7 responden) memilih jenis materi sosialisasi lainnya.

4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 46,15% (masing-masing 6 responden) memilih Film pendek/animasi dan buku. Sisanya sebesar 7,69% (1 responden) memilih jenis materi sosialisasi lainnya.

4.6.3 Preferensi metode sosialisasi

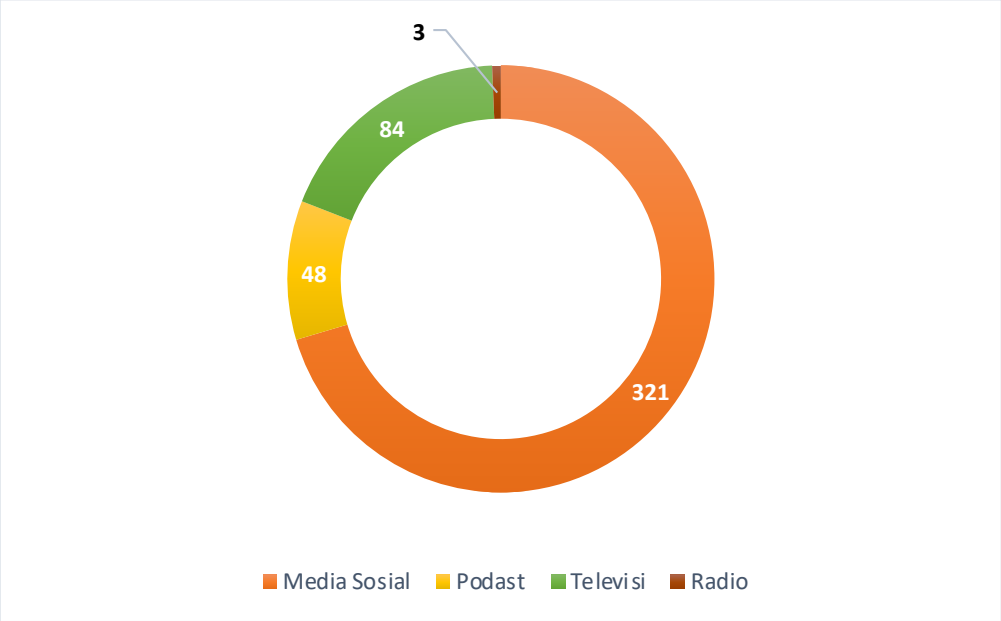
Kecenderungan metode sosialisasi dilakukan untuk mengetahui persepsi responden mengenai pemutakhiran metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI di masa mendatang. Terdapat 3 (tiga) pertanyaan yang diajukan. Pertanyaan pertama adalah "Ke depan, apakah metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI perlu ditambah?" Pertanyaan tersebut untuk mengetahui apakah pemutakhiran metode perlu dilakukan. Jika responden memilih jawaban "iya", maka akan dilanjutkan ke pertanyaan kedua, yaitu "Bentuk metode sosialisasi apa yang efektif menurut Bapak/Ibu?." Pertanyaan ketiga yaitu "Jenis media sosial apa yang paling sering Bapak/Ibu Gunakan? (pilih salah satu)." Tujuan pertanyaan tersebut untuk mengetahui kecenderungan



Gambar 78. Preferensi Pemutakhiran Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

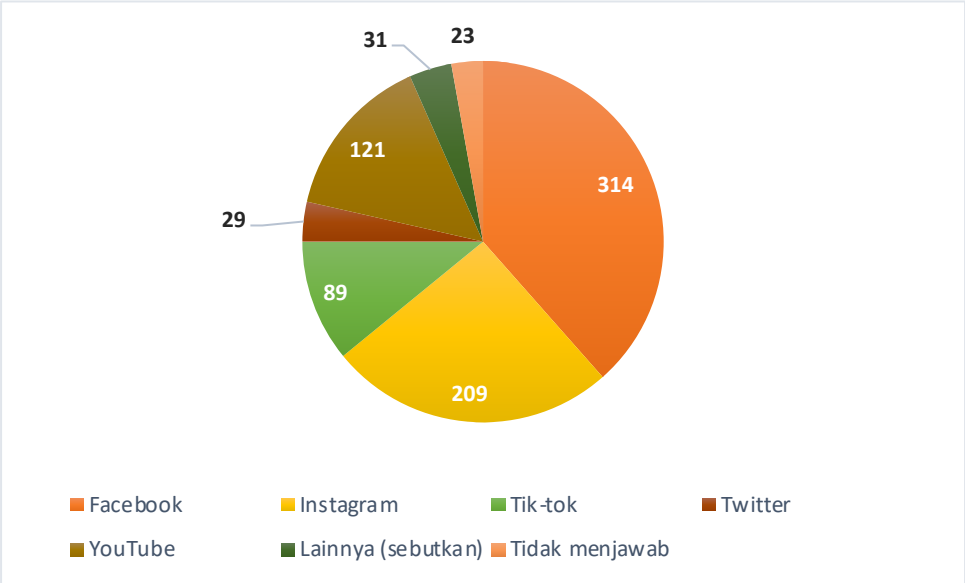
Berdasarkan grafik di atas, sebesar 56% (457 responden) memiliki persepsi bahwa metode penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

dimutakhirkan. Sebesar 41,3% (337 responden) memiliki persepsi sebaliknya. Sisanya sebanyak 2,7% (22 responden) tidak menjawab. Sebanyak 457 responden yang memiliki persepsi perlu dilakukan pemutakhiran metode sosialisasi kemudian diberikan pertanyaan lanjutan mengenai bentuk metode sosialisasi yang dianggap efektif dimasa mendatang.



Gambar 79. Preferensi Alternatif Media Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan grafik di atas, sebesar 70,39% (321 responden) berpendapat bahwa sosialisasi perlu dilakukan melalui media sosial. Sebesar 18,42% (84 responden) berpendapat bahwa sosialisasi perlu dilakukan melalui Televisi. Sebesar 10,53% (48 responden) berpendapat bahwa sosialisasi perlu dilakukan melalui Podcast. Sisanya sebesar 0,66% (3 responden) berpendapat bahwa sosialisasi perlu dilakukan melalui radio. Dengan lebih dari 70% responden memilih sosial sebagai metode sosialisasi yang perlu dikembangkan ke depan, responden diberikan pertanyaan ketiga yaitu kecenderungan penggunaan media sosial sebagai berikut.



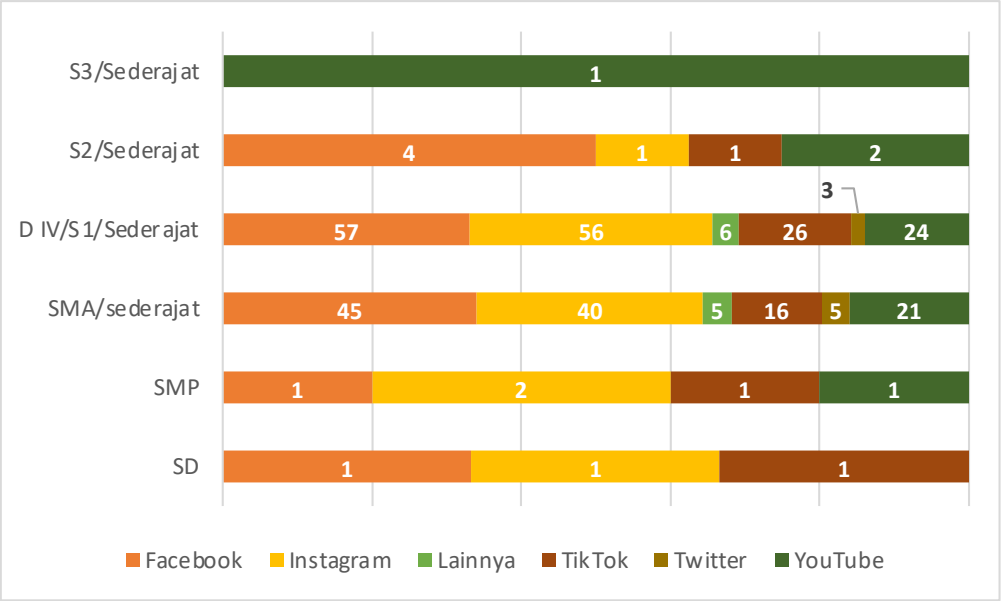
Gambar 80. Preferensi Penggunaan Media Sosial Responden

Berdasarkan grafik diatas, mayoritas responden merupakan pengguna Facebook dengan persentase 38,5% (314 responden). Pengguna Instagram menempati urutan berikutnya dengan persentase sebanyak 25,6% (209 responden). Selanjutnya sebesar 14,8% (121 responden) memilih platform YouTube. Sebanyak 10,9% (89 responden) merupakan pengguna aktif Tik-Tok. Sebesar 3,8% (31 responden) memilih media sosial lainnya seperti WhatsApp. Sisanya sebesar 3,6% (29 responden) memilih Twitter dan 2,8% (23 responden) tidak memberikan jawaban.

4.6.4 Pemetaan Preferensi Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Tahapan berikutnya analisis preferensi metode terhadap demografi responden. Analisis bertujuan untuk melihat lebih detail mengenai karakteristik demografi responden terhadap preferensi metode sosialisasi ke depan. Preferensi metode sosialisasi dalam pemetaan dan analisis ini fokus pada penggunaan media sosial sebagai mayoritas persepsi responden tentang kecenderungan metode sosialisasi ke depan. Analisis dilakukan secara

berurutan dimulai dari pendidikan terakhir, jenis kelamin, dan rentang usia sebagai berikut.



Gambar 81. Pemetaan Preferensi Penggunaan Media Sosial Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

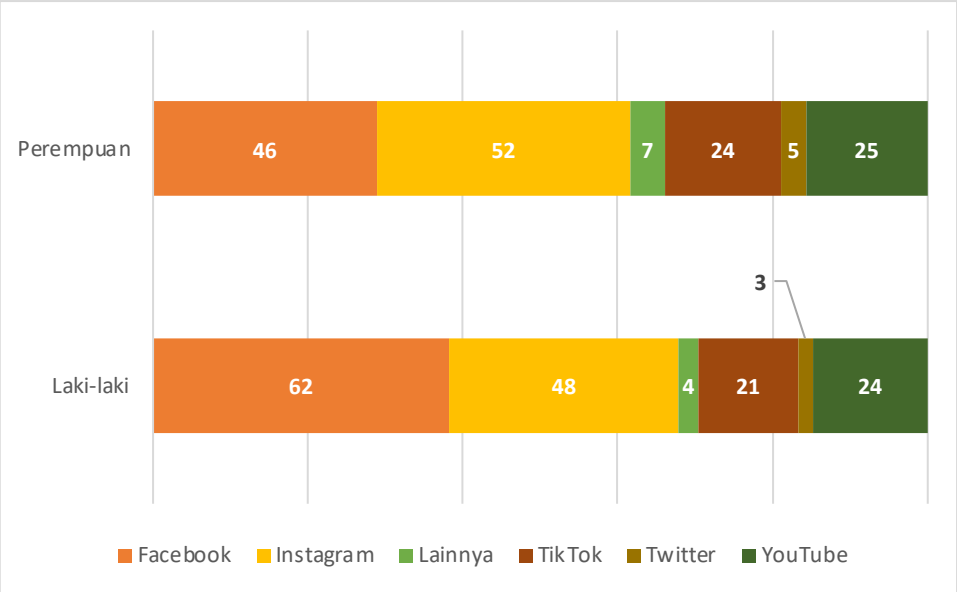
Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 100% (1 responden) memilih YouTube.
2. S2/Sederajat: sebesar 50% (4 responden) memilih Facebook. Masing-masing sebesar 12,5% (masing-masing 1 responden) memilih Instagram dan TikTok.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 33,14% (57 responden) memilih Facebook. Sebesar 32,56% (56 responden) memilh Instagram. Sebesar 15,12% (26 responden) memilih TikTok. Sebesar 13,95% (24 responden) memilih YouTube. Sebesar 3,49% (5 responden) memilih metode lainnya dan sisanya sebesar 1,74% (3 responden) memilih Twitter.
4. SMA/Sederajat: sebesar 34,09% (45 responden) memilih Facebook. Sebesar 30,3% (40 responden) memilh Instagram. Sebesar 15,91% (24

responden) memilih YouTube. Sebesar 12,12% (16 responden) memilih TikTok. Masing-masing sebesar 3,79% (masing-masing 5 responden) memilih Twitter dan metode lainnya.

5. SMP: sebesar 40% (2 responden) memilih Instagram. Sisanya masing-masing sebesar 20% (masing-masing 2 responden) memilih Facebook, TikTok dan YouTube.
6. SD: masing-masing sebesar 33,33% (masing-masing sebanyak 1 responden) memilih Facebook, Instagram dan TikTok.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap jenis kelamin peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



Gambar 82. Pemetaan Preferensi Penggunaan Media Sosial Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

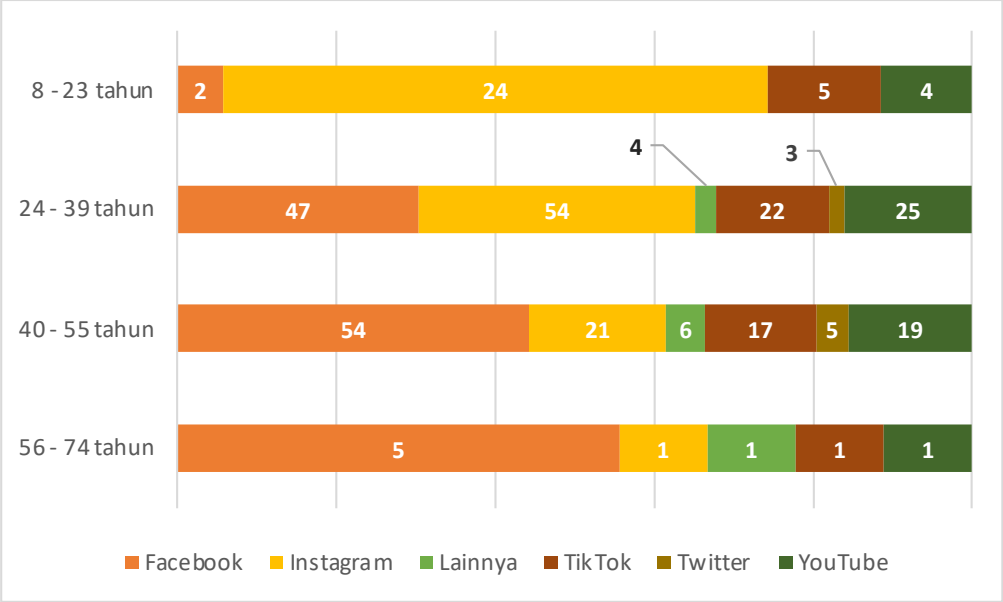
Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 32,7% (52 responden) memilih Instagram. Sebesar 28,93% (46 responden) memilih Facebook. Sebesar 15,72% (25 responden) memilih YouTube. Sebesar 15,09% (24 responden)

memilih TikTok. Sebesar 4,4% (7 responden) memilih metode lainnya dan sisanya sebesar 3,14% (5 responden) memilih Twitter.

2. Laki-laki: sebesar 38,27% (62 responden) memilih Facebook. Sebesar 29,63% (48 responden) memilih Instagram. Sebesar 14,81% (24 responden) memilih YouTube. Sebesar 12,96% (21 responden) memilih TikTok. Sisanya sebesar 3,14% (3 responden) memilih Twitter.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



Gambar 83. Pemetaan Preferensi Penggunaan Media Sosial Responden Berdasarkan Rentang Usia

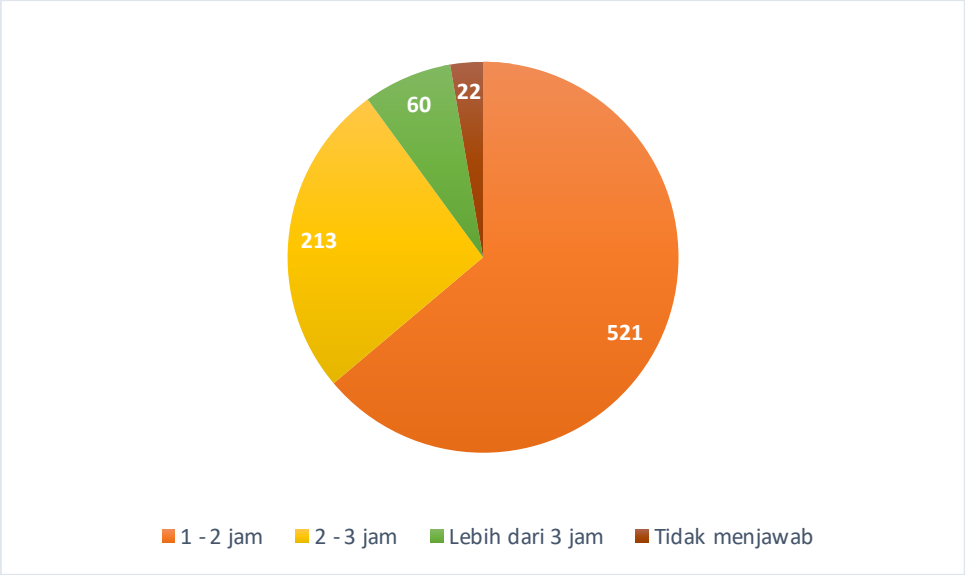
Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 68,57% (24 responden) memilih Instagram. Sebesar 14,29% (5 responden) memilih TikTok. Sebesar 11,43% (4 responden) memilih YouTube. Sisanya sebesar 5,71% (2 responden) memilih Facebook.

2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 34,84% (54 responden) memilih Instagram. Sebesar 30,32% (47 responden) memilih Facebook. Sebesar 16,13% (25 responden) memilih YouTube. Sebesar 14,19% (22 responden) memilih TikTok. Sisanya sebesar 2,58% (4 responden) memilih metode lainnya dan 1,94% (3 responden)
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 44,26% (54 responden) memilih Facebook. Sebesar 17,21% (21 responden) memilih Instagram. Sebesar 15,57 (19 responden) memilih YouTube. Sebesar 13,93% (17 responden) memilih TikTok. Sisanya sebesar 4,92% (6 responden) memilih metode lainnya dan 4,1% (5 responden)
4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): Sebesar 55,56% (5 responden) memilih Facebook. Sisanya masing-masing sebesar 11,11% (masing-masing 1 responden) memilih Instagram, metode lainnya dan TikTok.

4.6.5 Preferensi Durasi Penyampaian Sosialisasi

Kecenderungan durasi penyampaian sosialiasi dilakukan untuk mengetahui persepsi responden mengenai lama waktu penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI di masa mendatang. Responden diberikan 1 (satu) pertanyaan yaitu “Berapa lama waktu ideal penyelenggaraan sosialisasi.” Berikut jawaban responden terkait durasi penyampaian Sosialisasi Empat Pilar MPR RI.

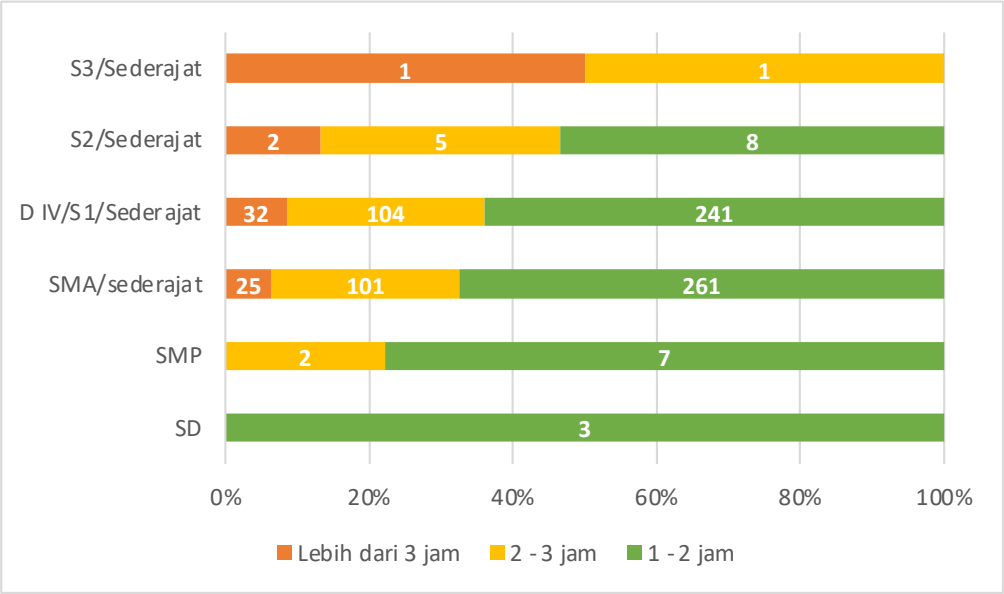


Gambar 84. Preferensi Durasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan grafik di atas, sebesar 63,85% (521 responden) menyatakan bahwa sosialisasi akan efektif jika diselenggarakan dengan durasi 1 – 2 jam. Sebesar 26,10% (213 responden) menyatakan bahwa durasi sosialisasi yang efektif selama 2 – 3 jam. Sisanya sebesar 7,25% (60 responden) memilih durasi lebih dari 3 jam dan 22 responden tidak memberikan jawaban.

4.6.6 Pemetaan Preferensi Durasi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Tahapan berikutnya analisis preferensi durasi penyelenggaraan sosialisasi terhadap demografi responden. Analisis bertujuan untuk melihat lebih detail mengenai karakteristik demografi responden terhadap preferensi durasi penyelenggaraan sosialisasi ke depan. Analisis dilakukan secara berurutan dimulai dari pendidikan terakhir, jenis kelamin, dan rentang usia sebagai berikut.



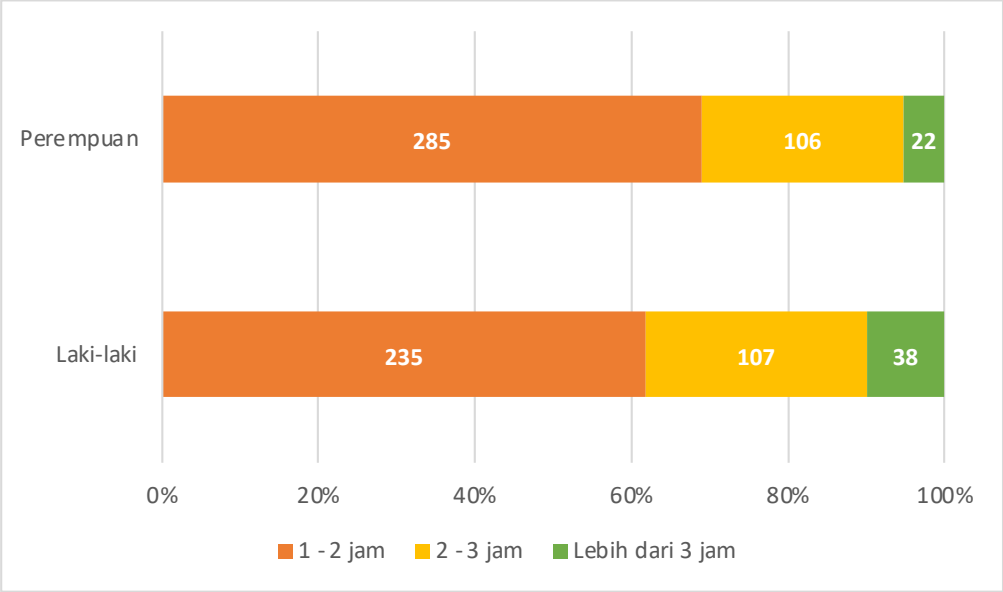
Gambar 85. Pemetaan Preferensi Durasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

1. S3/Sederajat: sebesar 50% (1 responden) memilih durasi penyelenggaraan sosialisasi lebih dari 3 jam dan 50% (1 responden) lainnya memilih durasi penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam.
2. S2/Sederajat: sebesar 53,33% (8 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 33,33% (5 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sisanya sebesar 13,33% (2 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.
3. D IV/S1/Sederajat: sebesar 63,93% (241 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 27,59% (104 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sebesar 8,49% (32 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.

4. SMA/Sederajat: sebesar 67,44% (261 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 26,10% (101 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sebesar 6,46% (25 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.
5. SMP: sebesar 77,78% (7 responden) memilih durasi penyelenggaraan sosialisasi lebih dari 1 – 2 jam dan 22,22% (2 responden) lainnya memilih durasi penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam.
6. SD: sebesar 100% (3 responden) memilih durasi penyelenggaraan sosialisasi lebih dari 1 – 2 jam.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap jenis kelamin peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

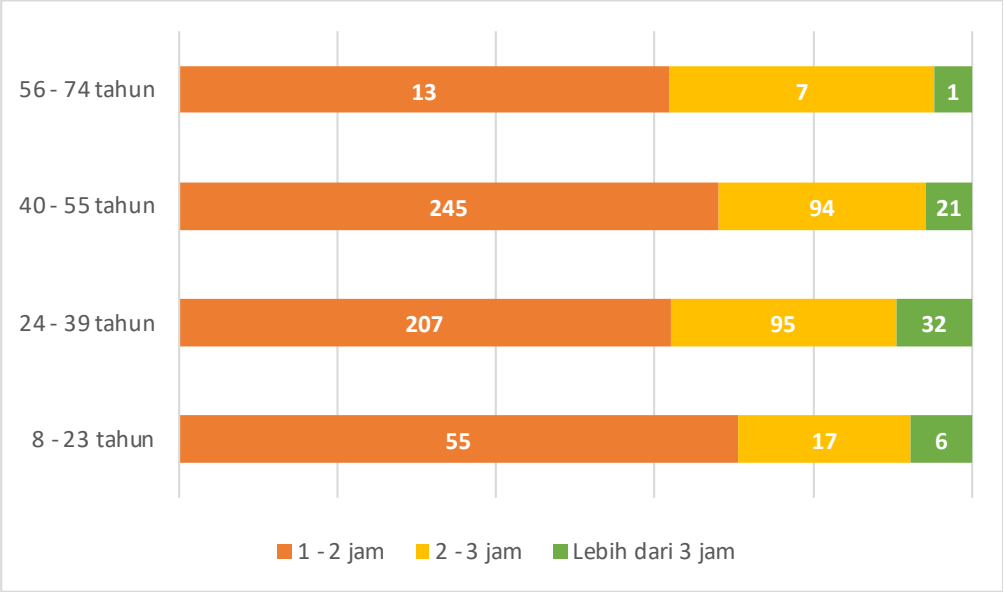


Gambar 86. Pemetaan Preferensi Durasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

1. Perempuan: sebesar 69,01% (285 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 25,67% (106 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sisanya sebesar 5,33% (22 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.
2. Laki-laki: sebesar 61,84% (235 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 28,16% (107 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sisanya sebesar 10% (38 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap rentang usia peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.

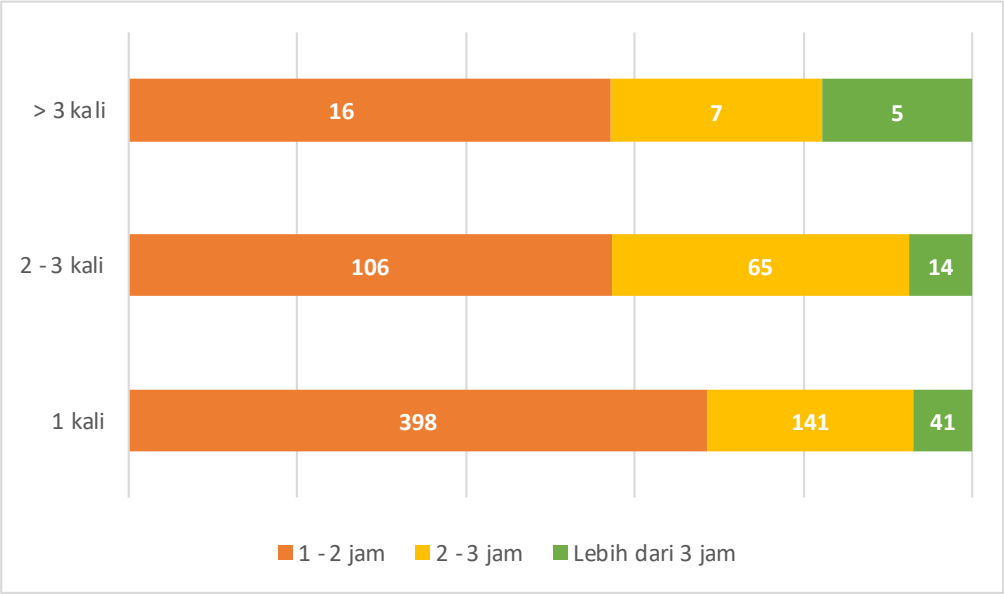


Gambar 87. Pemetaan Preferensi Durasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan rentang usia adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z (8 – 23 tahun): sebesar 70,51% (55 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 21,79% (17 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sisanya sebesar 7,69% (6 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.
2. Generasi Y (24 – 39 tahun): sebesar 61,98% (207 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 28,44% (95 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sisanya sebesar 9,58% (32 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.
3. Generasi X (40 – 55 tahun): sebesar 68,06% (245 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 26,11% (94 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sisanya sebesar 5,83% (21 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.
4. Baby Boomers (56 – 75 tahun): sebesar 61,90% (13 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 21,79% (7 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sisanya sebesar 4,76% (1 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.

Pemetaan berikutnya dilakukan terhadap frekuensi partisipasi peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebagai berikut.



Gambar 88. Pemetaan Preferensi Durasi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI Berdasarkan Frekuensi Partisipasi

Berdasarkan grafik di atas, hasil pemetaan demografi responden berdasarkan partisipasi sosialisasi adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang telah berpartisipasi lebih dari 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: sebesar 57,14% (16 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 25% (7 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sisanya sebesar 17,86% (5 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.
2. Peserta yang telah berpartisipasi lebih sebanyak 2 - 3 kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sebesar 57,30% (106 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 35,14% (65 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sisanya sebesar 7,57% (14 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.

3. Peserta yang telah berpartisipasi dalam 1 (satu) kali Sosialisasi Empat Pilar MPR RI: sebesar 68,62% (398 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam. Sebesar 24,31% (141 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam. Sisanya sebesar 7,07% (41 responden) memilih waktu penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam.

4.6.7 Analisis Preferensi Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Berdasarkan temuan dan pemetaan preferensi penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke depan, dilakukan analisis terhadap preferensi materi, metode, serta sarana dan prasarana sosialisasi. Analisis dilakukan dengan membandingkan preferensi penyelenggaraan sosialisasi ke depan terhadap demografi responden. Diharapkan, analisis bertujuan dapat memberikan gambaran lebih detail dari masing-masing preferensi responden. Analisis *pertama* terkait preferensi materi sebagai berikut.

Tabel 8. Preferensi Materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Pertanyaan		Pendidikan	Jenis Kelamin	Rentang usia (tahun)
No	Materi			
1	Buku	S3/Sederajat	Laki-laki	56-74
2	Film pendek/Animasi	D IV/S1/Sederajat	Perempuan	40 – 55
3	Komik	S2/Sederajat	Laki-laki	8 – 23
4	Lainnya	SMA/Sederajat	Laki-laki	8 – 23

Berdasarkan data di atas, materi sosialisasi dalam bentuk buku mayoritas menjadi pilihan responden dengan latar belakang pendidikan S3/sederajat, jenis kelamin Laki-laki, rentang usia 56 – 74 tahun. Materi sosialisasi dalam bentuk film pendek/Animasi dipilih oleh responden dengan latar belakang

pendidikan D IV/S1/sederajat, jenis kelamin Perempuan, rentang usia 40 – 55 tahun. Materi sosialisasi dalam bentuk Komik menjadi pilihan responden dengan latar belakang pendidikan S2/sederajat, jenis kelamin Laki-laki, rentang usia 8 – 23 tahun. Bentuk materi sosialisasi lainnya dipilih oleh responden dengan latar belakang pendidikan SMA/sederajat, jenis kelamin Laki-laki, rentang usia 8 – 23 tahun.

Analisis *kedua* dilakukan terhadap preferensi pemilihan metode. Persepsi berasal dari responden yang menyatakan bahwa metode sosialisasi perlu ditambah dengan memanfaatkan media sosial. Keduanya dipadankan dengan media sosial yang paling sering digunakan responden. Hasil analisis dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 9. Preferensi Metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Pertanyaan		Pendidikan	Jenis Kelamin	Rentang usia (tahun)
No	Metode			
1	Facebook	D IV/S1/Sederajat	Laki-laki	40 – 55
2	Instagram	D IV/S1/Sederajat	Perempuan	23 – 39
3	Tik-Tok	D IV/S1/Sederajat	Perempuan	23 – 39
4	Twitter	SMA/Sederajat	Perempuan	40 – 55
5	YouTube	SMA/Sederajat	Perempuan	23 – 39
6	Lainnya	D IV/S1/Sederajat	Perempuan	40 – 55

Berdasarkan data di atas, media sosial Facebook mayoritas dipilih responden dengan latar belakang pendidikan D IV/S1/Sederajat, jenis kelamin Laki-laki, rentang usia 40 – 55. Media sosial Instagram mayoritas dipilih oleh responden dengan latar belakang pendidikan D IV/S1/Sederajat, jenis kelamin perempuan, rentang usia 23 – 39 tahun. Media sosial Tik-Tok mayoritas dipilih

oleh responden dengan latar belakang pendidikan D IV/S1/Sederajat, jenis kelamin perempuan, rentang usia 23 – 39 tahun. Media sosial Twitter mayoritas dipilih oleh responden dengan latar belakang pendidikan SMA/Sederajat, jenis kelamin perempuan, rentang usia 40 – 55 tahun. Media sosial YouTube mayoritas dipilih oleh responden dengan latar belakang pendidikan SMA/Sederajat, jenis kelamin perempuan, rentang usia 23 – 39 tahun. Jenis media sosial lainnya seperti WhatsApp mayoritas dipilih oleh responden dengan latar belakang pendidikan D IV/S1/Sederajat, jenis kelamin perempuan, rentang usia 40 – 55 tahun.

Analisis *ketiga* dilakukan terhadap preferensi pemilihan metode. Persepsi berasal dari pemilihan waktu yang ideal dalam penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Hasil analisis dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 10. Preferensi Sarana dan Prasarana Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Pertanyaan		Pendidikan	Jenis Kelamin	Rentang usia (tahun)	Frekuensi Partisipasi
Butir	Durasi				
1	1 – 2 jam	SD	Perempuan	8 – 23	1 kali
2	2 – 3 jam	S3/Sederajat	Laki-laki	56 – 74	2 – 3 kali
3	Lebih dari 3 jam	S3/Sederajat	Laki-laki	24 – 39	> 3 kali

Berdasarkan data di atas, durasi penyelenggaraan sosialisasi selama 1 – 2 jam mayoritas dipilih responden dengan latar belakang pendidikan SD, jenis kelamin Perempuan, rentang usia 8 – 23 tahun dengan durasi partisipasi sebanyak 1 (satu) kali. Durasi penyelenggaraan sosialisasi selama 2 – 3 jam mayoritas dipilih responden dengan latar belakang pendidikan S3/Sederajat, jenis kelamin Laki-laki, rentang usia 56 – 75 tahun dengan durasi partisipasi sebanyak 2 – 3 kali. Durasi penyelenggaraan sosialisasi selama lebih dari 3 jam mayoritas dipilih responden dengan latar belakang pendidikan S3/Sederajat,

jenis kelamin Laki-laki, rentang usia 24 – 39 tahun dengan durasi partisipasi sebanyak lebih dari 3 (tiga) kali.

BAB 5 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan untuk menjawab tujuan pelaksanaan Survei Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Terdapat 5 (lima) tujuan pelaksanaan survei yang akan dijawab. Pertama terkait kondisi penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI saat ini. Kedua terkait penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke depan. Kondisi penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI saat ini dijawab dengan efektivitas materi, metode, serta sarana dan prasarana. Preferensi penyelenggaraan ke depan dijawab dengan preferensi responden.

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, **pelaksanaan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI saat ini berjalan efektif**. Kesimpulan tersebut didapat dari persepsi responden yang tertuang dalam isian butir kuesioner. Mayoritas dari isian butir kuesioner mendapatkan respons positif dari responden. Berikut lebih rinci mengenai kesimpulan pelaksanaan Survei Sosialisasi Empat Pilar MPR RI saat ini.

Pertama terkait materi sosialisasi. Mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa desain materi menarik dan materi sosialisasi relevan untuk digunakan. Berikut penjabaran mengenai persepsi responden tersebut:

1. Subdimensi desain materi sosialisasi merupakan faktor paling dominan yang membentuk efektivitas materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Subdimensi desain materi yang diterjemahkan kedalam butir pertanyaan 1 dan 2 mendapatkan persepsi positif berdasarkan isian responden. Sebanyak 83,95% (dari rata-rata sebesar 77,06%) responden menyatakan “Setuju” terhadap butir pertanyaan 1 (satu) “Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi menarik.” Sebanyak 77,08% (77,06%)

menyatakan menyatakan “Setuju” terhadap butir 2 (dua) “Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi mudah untuk dibaca dan dipahami.”

2. Subdimensi relevansi materi sosialisasi merupakan faktor dominan berikutnya yang membentuk efektivitas materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Subdimensi relevansi materi yang diterjemahkan kedalam butir pertanyaan 3,4 dan 5 mendapatkan persepsi positif berdasarkan isian responden. Sebanyak 25,49% (dari rata-rata sebesar 21,59%) responden menyatakan “Sangat Setuju” terhadap butir pertanyaan 5 (lima) Materi yang disampaikan sesuai dengan tema sosialisasi.” Sebanyak 23,65% (21,59%) responden menyatakan “Sangat Setuju” terhadap butir pertanyaan 4 (empat) “Isi materi/bahan tayang sosialisasi dilengkapi dengan contoh nyata dan jelas.”
3. Sebagian kecil responden dengan persepsi negatif berupa pernyataan “Tidak Setuju” terhadap butir kuesioner yang diajukan. Persepsi tersebut mayoritas disampaikan responden terhadap subdimensi relevansi materi pada butir pertanyaan 4 (empat) dan butir pertanyaan 5 (lima). Sebesar 2,08% (dari rata-rata sebesar 1,13%) responden menyatakan “Tidak Setuju” terhadap butir pertanyaan 4 (empat) “Isi materi/bahan tayang sosialisasi dilengkapi dengan contoh nyata dan jelas.” Sebesar 1,35% (1,13%) responden menyatakan “Tidak Setuju” terhadap butir pertanyaan 5 (lima) “Materi yang disampaikan sesuai dengan tema sosialisasi.”
4. Sebagian kecil responden dengan persepsi negatif berupa pernyataan “Sangat Tidak Setuju” terhadap butir kuesioner yang diajukan. Persepsi tersebut mayoritas disampaikan responden terhadap subdimensi desain materi pada butir pertanyaan 1 (satu). Sebesar 0,61% (dari rata-rata 0,22%) menyatakan “Sangat Tidak Setuju” terhadap butir pertanyaan 1 (satu) “Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi menarik.”

Kedua terkait metode sosialisasi. Mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa *deliverables* dan kompetensi Narasumber/Pemateri efektif. Berikut penjabaran mengenai persepsi responden tersebut:

1. Subdimensi kompetensi Narasumber/Pemateri merupakan faktor paling dominan yang membentuk efektivitas metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Subdimensi Kompetensi Narasumber/Pemateri yang diterjemahkan kedalam butir pertanyaan 8 (delapan) dan 9 (Sembilan) mendapatkan persepsi positif berdasarkan isian responden. Sebanyak 27,21% (dari rata-rata sebesar 26,72%) responden menyatakan "Sangat Setuju" terhadap butir pertanyaan 8 (Delapan) "Narasumber/Pembicara menguasai materi dengan baik." Sebanyak 72,67% (dari rata-rata sebesar 72,42%) responden menyatakan "Setuju" terhadap butir pertanyaan 9 (Sembilan) "Narasumber/Pembicara dapat menjawab pertanyaan dengan baik dan mudah dipahami."
2. Subdimensi *deliverables* merupakan faktor dominan berikutnya yang membentuk efektivitas metode Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Subdimensi *deliverables* yang diterjemahkan kedalam butir pertanyaan 6 (enam) dan 7 (tujuh) mendapatkan persepsi positif berdasarkan isian responden. Sebanyak 26,96% (dari rata-rata sebesar 26,72%) responden menyatakan "Sangat Setuju" terhadap butir pertanyaan 7 (tujuh) "Narasumber/Pembicara memberikan kesempatan untuk berdiskusi atau tanya-jawab." Sebanyak 72,67% (dari rata-rata sebesar 72,42%) responden menyatakan "Setuju" terhadap butir pertanyaan 7 (tujuh) "Narasumber/Pembicara memberikan kesempatan untuk berdiskusi atau tanya-jawab."
3. Sebagian kecil responden dengan persepsi negatif berupa pernyataan "Tidak Setuju" terhadap butir kuesioner yang diajukan. Persepsi tersebut mayoritas disampaikan responden terhadap subdimensi

Deliverables pada butir pertanyaan 6 (enam) dan subdimensi Kompetensi Narasumber/Pemateri pada butir pertanyaan 9 (sembilan). Masing-masing sebesar 1,1% (dari rata-rata sebesar 0,74%) responden menyatakan "Tidak Setuju" terhadap butir pertanyaan 6 (enam) "Narasumber/Pembicara menyampaikan materi dengan jelas dan mudah dipahami" dan butir pertanyaan 9 (sembilan) "Narasumber/Pembicara dapat menjawab pertanyaan dengan baik dan mudah dipahami."

4. Persepsi negatif dari responden berupa pernyataan "Sangat Tidak Setuju" merata pada setiap pertanyaan pada subdimensi *Deliverables* maupun Kompetensi Narasumber/Pemateri masing-masing sebesar 0,12% untuk setiap butir pertanyaan.

Ketiga terkait sarana dan prasarana sosialisasi. Mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa sarana dan prasarana yang mendukung pelaksanaan sosialisasi siap serta layak digunakan. Berikut penjabaran mengenai persepsi responden tersebut:

1. Subdimensi desain materi sosialisasi merupakan faktor paling dominan yang membentuk efektivitas materi Sosialisasi Empat Pilar MPR RI. Subdimensi desain materi yang diterjemahkan kedalam butir pertanyaan 1 dan 2 mendapatkan persepsi positif berdasarkan isian responden. Sebanyak 83,95% (dari rata-rata sebesar 77,06%) responden menyatakan "Setuju" terhadap butir pertanyaan 1 (satu) "Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi menarik." Sebanyak 77,08% (77,06%) menyatakan menyatakan "Setuju" terhadap butir 2 (dua) "Tampilan materi/bahan tayang sosialisasi mudah untuk dibaca dan dipahami."
2. Sebagian kecil responden dengan persepsi negatif berupa pernyataan "Tidak Setuju" terhadap butir kuesioner yang diajukan. Persepsi

tersebut mayoritas disampaikan responden terhadap subdimensi Kualitas Sarana dan Prasarana pada butir pertanyaan 11. Sebesar 1,59 % (dari rata-rata sebesar 0,74%) responden menyatakan "Tidak Setuju" terhadap butir pertanyaan 11 "Sarana & prasarana sosialisasi (contoh: materi fisik, ruangan, alat tulis, dll) tersedia dan layak digunakan."

3. Sebagian kecil responden dengan persepsi negatif berupa pernyataan "Sangat Tidak Setuju" terhadap butir pertanyaan yang diajukan. Persepsi merata pada kedua subdimensi Kemudahan Akses Lokasi Sosialisasi dan Kualitas Sarana dan Prasarana. Persentase terhadap keduanya sebesar 0,12%.

5.2 Rekomendasi Perbaikan Penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke Depan

Berdasarkan hasil pengelompokan dan analisis berdasarkan saran yang diberikan responden sosialisasi, dirumuskan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat meningkatkan efektivitas penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke depan. Rekomendasi dipetakan berdasarkan materi, metode, sarana dan prasarana serta rekomendasi lain yang dianggap relevan. Berikut rekomendasi peningkatan efektivitas penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI:

1. Mengukur Tingkat Pemahaman Peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI

Pengukuran yang dimaksud bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perubahan pemahaman peserta sebelum dan sesudah mengikuti sosialisasi. Perubahan dapat berupa positif maupun negatif. Pengukuran dapat dilakukan dengan metode yang variatif berdasarkan metode penyelenggaraan sosialisasi. Namun dengan mayoritas penyelenggaraan sosialisasi dilakukan dengan penyampaian materi,

salah satu metode pengukuran yang dapat digunakan adalah pemberian *pre-test* dan *post-test*. Tidak hanya dapat memberikan gambaran perubahan pemahaman peserta sosialisasi, pengukuran juga dapat berfungsi untuk mengidentifikasi permasalahan sehingga dapat dimanfaatkan untuk merumuskan rekomendasi peningkatan kualitas penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI ke depan.

2. **Melakukan Pemetaan Target Peserta Sosialisasi Empat Pilar MPR RI**

   Penting bagi penyelenggara Sosialisasi Empat Pilar MPR RI untuk mengetahui karakteristik peserta yang akan menjadi target sosialisasi. Oleh karena itu, sedikitnya pemetaan terhadap demografi perlu dilakukan sehingga materi dapat disesuaikan dengan target peserta dan metode atau cara penyampaian tepat terhadap segmen peserta yang dituju. Mengingat penyelenggaraan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI sudah berjalan cukup lama, maka salah satu cara dalam pemetaan target peserta sosialisasi yaitu menggunakan data terdahulu sebagai dasar perencanaan ke depan.

   Manfaat lain dari pemetaan target peserta sosialisasi adalah mencegah terjadinya repetitif partisipan. Repetitif yang dimaksud adalah penyelenggaraan sosialisasi menghadirkan peserta yang sama di rentang waktu yang berbeda pada beberapa kesempatan. Adanya pemetaan diharapkan dapat mengurangi repetitif peserta yang dapat menghambat cakupan pelaksanaan sosialisasi yang diharapkan dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat.

3. **Merumuskan Materi yang Menarik Bagi Peserta untuk Meningkatkan Daya Tarik dan Pemahaman Peserta**

   Perumusan materi yang menarik tidak hanya dari sisi visual, namun dari konten materi tersebut. Visual yang menarik merupakan hal penting, namun konten yang relevan jauh lebih penting. Untuk

menyikapi hal tersebut, gambaran umum mengenai Empat Pilar MPR RI dapat ditambahkan dengan menyisipkan kearifan lokal sesuai dengan lokasi penyelenggaraan sosialisasi. Hal tersebut dilakukan sebagai salah satu bentuk empati terhadap peserta dengan mengangkat atau memberikan contoh yang relevan dengan budaya/nilai-nilai yang dipercaya oleh masyarakat setempat. Dengan mengimplementasikan hal tersebut, diharapkan peserta lebih tertarik untuk mengikuti jalannya sosialisasi dan mempermudah peserta untuk memahami sehingga dapat menjadi agen yang dapat menyebarkan nilai-nilai yang terkandung dalam Empat Pilar MPR RI kepada masyarakat atau orang sekitar.

4. **Berinovasi dalam Penyampaian Sosialisasi Empat Pilar MPR RI untuk Memperluas Jangkauan**

   Inovasi yang dimaksud adalah metode penyelenggaraan sosialisasi yang multi-platform, tidak hanya melalui tatap muka. Terdapat berbagai macam pilihan seperti media elektronik meliputi televisi dan radio maupun media sosial. Pemilihan media elektronik sesuai dengan segmen peserta generasi *baby boomers* dan generasi X yang mungkin masih menggunakan media elektronik dengan frekuensi penggunaan internet yang rendah. Namun untuk segmen peserta generasi Y dan Generasi Z, mayoritas menggunakan media sosial.

   Pendekatan media sosial tentunya berbeda dengan media elektronik dimana konten kreatif yang relevan dengan isu terkini dan dikemas menarik dapat menjadi daya tarik bagi generasi Y dan Z sebagai mayoritas populasi di Indonesia. Agar dapat menghasilkan konten kreatif, dapat dilakukan dengan membangun kemitraan strategis melalui kolaborasi dengan *influencer* atau *content creator*. Influencer sebagai pemberi konten sedikitnya dapat menjangkau para *followers*

sementara *content creator* terlibat dari tahap perencanaan hingga pembuatan konten yang mutakhir dan relevan dengan perkembangan dan isu terkini.

5. **Berkolaborasi dengan Pemangku Kepentingan Lain untuk Memperluas Jangkauan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI**

   Upaya memperluas jangkauan pelaksanaan sosialisasi tidak hanya dapat dilakukan dengan berkolaborasi dengan *influencer* namun juga dengan pemangku kepentingan lain yang bersentuhan langsung dengan masyarakat. Para pemangku kepentingan dapat berupa Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), komunitas, organisasi/lembaga non pemerintah yang memang bersentuhan langsung kepada masyarakat sehingga dapat menjadi agen untuk menyebarluaskan nilai-nilai yang terkandung dalam Empat Pilar MPR RI.

6. **Meningkatkan Kapasitas dan Kapabilitas Narasumber/Pemateri**

   Peningkatan kapasitas dan kapabilitas Narasumber/Pemateri terbagi menjadi 2 (dua) yaitu penguasaan substansi dan kemampuan komunikasi. Penguasaan substansi berarti pemahaman tentang Empat Pilar MPR RI yang akan memengaruhi kelancaran dan kreativitas dalam memberikan contoh relevan bagi peserta. Kemampuan komunikasi adalah kemampuan penggunaan menyampaikan pesan baik verbal maupun non-verbal dengan tepat sehingga tujuan penyelenggaraan sosialisasi dapat tercapai, yaitu peningkatan pemahaman peserta sosialisasi. Peningkatan kapasitas dan kapabilitas dapat dilakukan dengan berbagai metode baik melalui sesi diskusi untuk menyamakan persepsi maupun pelatihan melalui fasilitasi oleh Sekretariat Jenderal MPR RI.

7. **Pengintegrasian Empat Pilar MPR RI pada Sistem Pendidikan Nasional**

Pengintegrasian yang dimaksud adalah nilai-nilai kehidupan berbangsa yang terkandung dalam Empat Pilar MPR RI menjadi salah satu bagian dari kurikulum pendidikan nasional. Hal tersebut dilandasi bahwa untuk menanamkan nilai-nilai Empat Pilar MPR RI tidak cukup hanya melalaui sosialisasi namun akan lebih mengakar melalui pendidikan. Jenjang pendidikan tidak hanya pada pendidikan dasar namun hingga pendidikan tinggi.

BAB 6 PENUTUP

Indonesia merupakan negara majemuk yang terdiri dari berbagai suku, agama, ras dan budaya. Kemajemukan merupakan salah satu faktor yang membentuk karakter bangsa Indonesia yang unik. Namun disisi lain kemajemukan yang tidak diikuti dengan kesamaan nilai dalam berbangsa dapat berpotensi mendorong terjadinya konflik. Empat Pilar Kebangsaan merupakan jawaban atas kekhawatiran tersebut. Empat pilar kebangsaan adalah tiang penyangga yang kokoh (soko guru) agar rakyat Indonesia merasa nyaman, aman, tenteram dan sejahtera serta terhindar dari berbagai macam gangguan dan bencana.

Empat Pilar Kebangsaan atau yang dikenal saat ini dengan Empat Pilar MPR RI perlu diimplementasikan oleh setiap lapisan masyarakat. Agar implementasi dapat berjalan baik maka diperlukan pemahaman yang juga sama tentang arti dan bagaimana cara menerjemahkannya kedalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Sebagai Lembaga Tinggi Negara, MPR RI memiliki tugas untuk memberikan pemahaman mengenai Empat Pilar MPR RI kepada masyarakat melalui kegiatan sosialisasi. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan berbagai metode dan menyentuh beberapa segmen masyarakat di berbagai wilayah.

Efektivitas pelaksanaan Sosialisasi Empat Pilar MPR RI dapat diketahui melalui metode evaluasi yang tepat. Saat ini evaluasi dilakukan melalui survei efektivitas terhadap peserta yang telah mengikuti kegiatan sosialisasi di tahun 2022. Survei dilakukan dengan menyebar kuesioner daring agar dapat menjangkau responden representatif dari 34 provinsi. Persepsi responden berdasarkan isian kuesioner kemudian dipertajam melalui FGD yang diselenggarakan di beberapa wilayah yang telah ditentukan sebagai sampel. Hasil dari survei Efektivitas Sosialisasi Empat Pilar MPR RI diharapkan dapat menjadi masukan strategis yang digunakan sebagai dasar dalam meningkatkan kualitas penyelenggaraan sosialisasi ke depan.

SURVEI NASIONAL EFEKTIVITAS SOSIALISASI EMPAT PILAR MPR RI 2022