

Hubungan faktor anteseden, sikap dan konsumsi media dengan pengetahuan terhadap produk organisasi publik survei terkait produk badan pemeriksa keuangan = the relation between antecedents factor attitudes and media consumption with knowledge of public organization products survey related products of the supreme audit agency

Sumunar Mahanani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20454788&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tidak banyak masyarakat yang mengetahui dan sadar pentingnya kebijakan publik atau produk organisasi publik. Padahal dalam Undang-undang No. 28 Tahun 1999 pasal 8, menyebutkan bahwa peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan negara merupakan hak dan tanggungjawab masyarakat untuk ikut mewujudkan penyelenggaraan negara yang bersih. Persoalannya masyarakat beranggapan bahwa kebijakan yang dikeluarkan pemerintah tidak berpengaruh pada kehidupan mereka secara langsung. Penelitian ini menjelaskan hubungan antara faktor anteseden dengan sikap, serta hubungan dari sikap dan konsumsi media yang pada akhirnya membentuk pengetahuan seseorang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan dimana 1 Seseorang bersikap tertentu karena adanya faktor penyebab yaitu identitas sosial. Sedangkan faktor kepentingan pribadi dan nilai-nilai tidak berhubungan pada sikap. 2 Sikap berhubungan signifikan dengan pengetahuannya karena seseorang akan mencari segala cara untuk memenuhi kebutuhan informasinya agar menjadi "tahu"; 3 Konsumsi media memang secara signifikan sudah terbukti berhubungan dengan pengetahuan, karena menambah informasi-informasi.

ABSTRACT

Not many people who know and are aware of the importance of public policy or public organization products. Whereas in Act No. 28 of 1999 Article 8 States that the role of the community in organizing country is right and the responsibility of society to realize the holding of clean. The issue is the public assume that Government issued policy has no effect on the lives of those directly. This study describes the relation between the antecedent factors with attitude, as well as the relationship of attitude and media consumption that ultimately form one's knowledge. These studies use quantitative methods with which 1 a person being due to certain factors cause i.e. social identity. While, personal interests and values factors are not related to attitudes. 2 the attitudes associated with significant knowledge, because someone will be looking for any way to meet the need for information to be in the know . 3 media consumption is indeed proven significantly relate to knowledge, because it adds to the information.