

# Perancangan Kampanye Media Sosial tentang Nilai-Nilai Anti Korupsi untuk Anak-Anak Sekolah Dasar di Surabaya

Samuel Balimula<sup>1</sup>, Prayanto Widyo Harsanto<sup>2</sup>, Rebecca Milka N. B.<sup>3</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131 Surabaya 60236

Email: samuelbalimula@gmail.com

## Abstrak

Korupsi di Indonesia masih sangat tinggi bila dilihat dari data-data yang ada. Menurut Corruption Perceptions Index 2019, Indonesia mendapatkan nilai 40 dari 100, dengan catatan nilai 100 artinya bebas dari korupsi. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia masih harus berjuang keras untuk memberantas korupsi. Iklan Layanan Masyarakat ini merupakan salah satu cara untuk menekan angka korupsi di Indonesia. Tujuan dari perancangan ini yaitu untuk mengurangi korupsi dengan cara membentuk generasi anti korupsi. Metode analisis data yang dipakai yaitu 5W+1H (what, who, why, where, when, how). Hasil yang sudah dicapai yaitu berupa Iklan Layanan Masyarakat pada media sosial yang mengajak para orang tua untuk mengajarkan nilai-nilai pendidikan anti korupsi kepada anaknya sejak dini (usia Sekolah Dasar), sehingga tercipta generasi yang anti korupsi.

**Kata kunci:** anti korupsi, iklan layanan masyarakat, Surabaya, sekolah dasar, pendidikan karakter anak.

## Abstract

**Title:** Social Media Campaign on Anti-Corruption Values for Elementary School Children in Surabaya

Corruption in Indonesia is still widespread when viewed from existing data. According to the 2019 Corruption Perceptions Index, Indonesia scores 40 out of 100, with a score of 100 meaning that it is free from corruption. This shows that Indonesia still has to fight hard to eradicate corruption. Public Service Advertisement is one way to reduce corruption in Indonesia. The goal of this design is to reduce corruption by developing an anti-corruption generation. Throughout the study, the data analysis method is 5W + 1H. The results obtained are in the form of Public Service Advertisements on Social Media, which encourage parents to teach their children the principles of anti-corruption education from the ear.

**Keywords:** anti-corruption, public service announcements, Surabaya, elementary schools, children's character education.

## Pendahuluan

Korupsi merupakan hal yang sudah tidak asing di Indonesia. Menurut UU No. 31 Tahun 1999 jo. UU No. 20 Tahun 2001 tentang pemberantasan tindak pidana korupsi, ada tujuh jenis korupsi antara lain; kerugian keuangan negara, suap, penggelapan dalam jabatan, pemerasan, perbuatan curang, benturan kepentingan dalam pengadaan, dan gratifikasi.

Badan Pusat Statistik (BPS) merilis Indeks Perilaku Anti Korupsi (IPAK) untuk tahun 2019. Hasilnya, angka IPAK 2019 sebesar 3,70, lebih tinggi dari 2018 sebesar 3,66 (Yoga Sukmana, 2019). Hal ini menunjukkan peningkatan yang bagus bagi Indonesia. Meskipun mengalami peningkatan, dibandingkan dengan negara-negara lain, Indonesia menempati peringkat ke-85 dari 180. Indonesia mendapat nilai 40

dari 100 untuk negara paling bersih dari korupsi, menurut *Corruption Perceptions Index* 2019. Posisi pertama untuk negara paling bersih dari korupsi yaitu Denmark dan New Zealand dengan nilai 87 dari 100. Penurunan angka korupsi di Indonesia dikarenakan adanya pengawasan ketat oleh lembaga independent KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi). Munculnya lembaga KPK merupakan bukti bahwa Indonesia masih cukup banyak tindakan korupsi. Seharusnya negara bebas dari korupsi tanpa adanya pengawasan yang ketat.

Penyebab awal dari korupsi yaitu hilangnya nilai-nilai antikorupsi (mandiri, sederhana, kerja keras, tanggung jawab, disiplin, jujur, peduli, berani, dan adil) dari diri individu (Supriyatna, 2017, p. 2). Hilangnya nilai-nilai antikorupsi dari diri seseorang, akan membuat orang tersebut berpotensi berbuat korupsi. Oleh karena itu penanaman akan nilai-nilai antikorupsi

kepada anak-anak sejak dini sangatlah penting. Penanaman nilai-nilai korupsi terhadap individu dapat dimulai sejak SD (sekolah dasar). Jika dari awal anak-anak SD memiliki sikap antikorupsi, maka saat dewasa nanti dapat menjadi pemimpin yang jujur. Seiring berjalannya waktu, generasi ke generasi, angka korupsi dapat menurun karena memiliki karakter dan sikap antikorupsi.

Melihat persoalan-persoalan yang ada di atas, penulis akan melakukan perancangan berbentuk poster iklan layanan masyarakat. Poster adalah media cetak yang dapat menyebarkan informasi secara *verbal* dan *visual*. Poster merupakan media cetak yang dapat membantu menanamkan sebuah gagasan atau pesan kepada seseorang yang melihatnya. Dalam perkembangannya, saat ini poster tidak terbatas pada poster cetak, tetapi juga ada poster *digital*. Iklan layanan masyarakat merupakan iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial dengan tujuan membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap suatu masalah. Harapannya dengan adanya poster tersebut, anak-anak SD dapat mengetahui dan mengikuti nilai-nilai antikorupsi.

## Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan berupa data primer yang didapat melalui pengamatan dan survei terhadap *target audience*, dan data sekunder yang didapat melalui *internet* dan *e-book*.

Metode yang digunakan dalam proses analisis data adalah metode 5W+1H (What, Who, Why, Where, When dan How)

Seperti:

- What: Perancangan tentang apa yang dibuat? Ada masalah apa?
- Who: Siapa target audience yang dituju dalam perancangan? Siapa yang melakukan masalah tersebut?
- Why: Mengapa membuat perancangan tersebut?
- Where: Dimana hasil perancangan akan diimplementasikan?
- When: Kapan mengimplementasikan hasil perancangan?
- How: Bagaimana cara mengimplementasikan hasil karya perancangan?

## Pembahasan

### Poster

Poster adalah penggabungan dari berbagai macam visual dari suatu rancangan, yang memiliki elemen garis, gambar, dan kata-kata, yang bertujuan untuk menarik perhatian orang untuk melihat dan menanamkan pesan pada ingatannya. Poster memiliki beberapa manfaat, antara lain; sebagai penggerak perhatian, sebagai petunjuk, sebagai peringatan,

pengalaman kreatif, dan kampanye (Anitah, 2008, p. 12).

Menurut Arief S. Sadiman (dalam Musfiqon, 2012, p. 85), ciri-ciri poster yang baik yaitu: (1) sederhana, (2) menyajikan satu ide dan untuk mencapai satu tujuan pokok, (3) berwarna, (4) slogannya ringkas dan jitu, (5) tulisannya jelas, (6) motif dan tulisannya bervariasi.

### Iklan

Iklan adalah proses komunikasi yang tujuannya membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan (Durianto, 2003, p. 1). Iklan memiliki ciri khas membujuk (persuasif), yang membedakannya dengan pengumuman biasa dimana iklan memiliki kekuatan untuk membujuk orang melakukan tindakan pembelian (Kasali, 1993, p. 9).

Dendi Sudiana (1997) menuliskan bahwa pada dasarnya setiap iklan dimaksudkan untuk menghasilkan tanggapan yang baik dari khalayak, sehingga diharapkan suatu ketika terdorong untuk melakukan tindakan pembelian (Widyatama, 2007, p. 149).

Menurut Jack Angel (1980) ada 8 fungsi dari iklan yaitu (dalam Widyatama, 2007),

- 1) Membuat penjualan bagi pabrikan dan pedagang lokal
- 2) Membuat dan mempertahankan citra yang baik untuk produk
- 3) Memberikan informasi yang berharga bagi konsumen
- 4) Menarik dealer dan distributor baru
- 5) Menjaga dan melindungi kepentingan konsumen setelah pembelian
- 6) Memperkenalkan penggunaan baru sebagai produk
- 7) Memberikan penawaran, kupon, dan stempel
- 8) Tekan merek dagang.

Berdasarkan tujuannya, iklan dibedakan menjadi dua jenis yaitu iklan komersial dan iklan non komersial (iklan layanan masyarakat). Iklan komersial merupakan jenis iklan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi dan meningkatkan penjualan. (Widyatama, 2007, p. 102). Iklan layanan masyarakat (ILM) adalah “iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak di mana tujuan akhirnya bukan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial” (Pujiyanto, 2013, p. 8).

Menurut *Ad Council* (dalam Kasali, 2007), dewan periklanan di Amerika Serikat yang menjadi pelopor ILM, ada beberapa kriteria digunakan dalam menentukan ILM, termasuk: (1) non-komersial, (2) non-agama, (3) non-politik, (4) visi nasional, (5) Berlaku untuk semua lapisan masyarakat, (6) diajukan oleh organisasi yang diakui atau diterima, (7) dapat diiklankan, (8) memiliki pengaruh dan kepentingan

yang tinggi, dan layak mendapatkan dukungan dari media lokal dan nasional.

Menurut Bovee dan Arens (dalam Widyatama, 2007, p. 74), ada beberapa tujuan Iklan Layanan Masyarakat antara lain:

- 1) Ubah kebiasaan aktivitas
- 2) Mengkomunikasikan kebijakan pemerintah
- 3) Mengurangi limbah sumber daya alam
- 4) Merancang penelitian atas suatu informasi
- 5) Informasikan jalan keluarnya
- 6) Meningkatkan sikap masyarakat.

## Media Sosial

Menurut Andreas dan Michael Haenlin (2010), media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Dalam artikelnya Horizon Bisnis yang diterbitkan pada tahun 2010, Kaplan dan Haenlein menyebutkan ada enam jenis media sosial, antara lain:

- 1) Proyek Kolaborasi, merupakan situs web yang mengizinkan penggunaannya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten-konten yang ada di situs web tersebut. Contohnya yaitu Wikipedia.
- 2) Blog dan Mikroblog, merupakan suatu *blog* yang penggunaannya dapat mengekspresikan sesuatu, seperti curahan hati atau kritik terhadap kebijakan pemerintah. Contohnya Twitter
- 3) Konten, merupakan situs web yang para penggunaannya saling berbagi konten-konten media, seperti video, gambar, dan buku elektronik. Contohnya Youtube.
- 4) Situs jejaring sosial, aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan membuat informasi pribadi sehingga mereka dapat menjalin kontak dengan orang lain. Informasi pribadi dapat berupa foto-foto atau video. Contohnya Facebook dan Instagram.
- 5) *Virtual Game World*, adalah salinan dari lingkungan 3D (tiga dimensi), pengguna dapat muncul dalam bentuk avatar sesuai kebutuhan, dan dapat berinteraksi dengan orang lain di dunia nyata. Contohnya permainan daring (online game).
- 6) *Virtual Social World*, merupakan dunia virtual sosial yang penggunaannya merasa hidup di dunia virtual, hampir sama seperti *virtual game world* tetapi sifatnya lebih bebas dan lebih ke arah kehidupan nyata/realistis. Contohnya *second life*

## Instagram

Instagram adalah situs web yang dirancang untuk mengunggah berbagi foto dengan teman-teman melalui aplikasi di ponsel cerdas atau perangkat

lainnya (Edwards, 2018, p. 29). Ada beberapa cara untuk meningkatkan, meng-*edit*, dan mengubah foto, seperti menggunakan *filter* untuk membuatnya tampak lebih cerah atau lebih tua, misalnya seperti foto Polaroid lama. Instagram adalah alat yang hebat untuk menumbuhkan kreativitas dan menginspirasi fotografer dan pembuat film pemula. Teman dapat saling menandai di foto mereka dan, seperti halnya Twitter, mereka dapat menggunakan tagar (tanda pagar) agar dapat ditemukan dengan lebih mudah di internet. Sama seperti di Twitter, pengguna mengumpulkan pengikut di Instagram, dan mengumpulkan pengikut yang lebih tinggi dapat menjadi sangat penting bagi sebagian orang.

## Korupsi

Menurut UU No 31 Tahun 1999 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi mengartikan bahwa korupsi mengacu pada orang yang digolongkan melanggar hukum, terlibat dalam kegiatan pemberian kekayaan, menguntungkan diri sendiri atau orang lain atau perusahaan, dan merusak keuangan nasional atau ekonomi nasional karena penyalahgunaan kekuasaan atau posisi atau posisi.

Klitgaard (1998) memiliki definisi korupsi yang lebih luas, yaitu seseorang dapat dikatakan berbuat korupsi apabila orang tersebut meletakkan kepentingan pribadinya di atas kepentingan orang lain. Korupsi dapat muncul dalam berbagai bentuk, sampai pada hal yang sepele sekalipun. Karena luasnya definisi korupsi maka korupsi dapat menyangkut penyalahgunaan kebijakan-kebijakan yang ada pada masyarakat, baik secara norma maupun hukum.

Secara garis besar korupsi dapat diartikan sebagai tindakan penyalahgunaan wewenang atau kebijakan untuk kepentingan pribadi dan merugikan orang lain. Menurut UU No. 31 Tahun 1999 jo. UU No. 20 Tahun 2001 tentang pemberantasan tindak pidana korupsi, ada tujuh jenis korupsi antara lain; kerugian keuangan negara, suap, penggelapan dalam jabatan, pemerasan, perbuatan curang, benturan kepentingan dalam pengadaan, dan gratifikasi.

Nilai-nilai antikorupsi terdiri dari mandiri, sederhana, kerja keras, tanggung jawab, disiplin, jujur, peduli, berani, dan adil (Supriyatna, 2017, p. 2).

## Perkembangan Anak

Teori perkembangan kognitif dikembangkan oleh seorang psikolog Swiss bernama Jean Piaget, yang hidup tahun 1896-1980. Menurut Jean Piaget, cara berpikir anak bukan hanya kurang matang daripada orang dewasa, tetapi juga berbeda secara kualitatif (Ibda, 2015, p. 29). Penelitiannya menjelaskan bahwa tahap-tahap perkembangan intelektual dan perubahan umur sangat mempengaruhi kemampuan individu dalam mengamati ilmu pengetahuan (King, 2010, p. 152). Teori Jean Piaget ini sering disebut *genetic epistimologi* atau epistimologi genetik karena teori ini

mempelajari perkembangan kemampuan intelektual, yang dimana genetik mengacu pada pertumbuhan *developmental* bukan warisan biologis atau keturunan (Olson & Hergenhahn, 2010, p. 325).

Menurut Piaget, perkembangan kognitif merupakan pertumbuhan berfikir logis dari bayi hingga dewasa yang melewati empat tahap, yaitu:

- 1) Tahap sensori-motor (0 – 1,5 tahun)
- 2) Tahap pra-operasional (1,5 – 6 tahun)
- 3) Tahap operasional konkrit (6 – 12 tahun)
- 4) Tahap operasional formal (12 tahun ke atas)

Semua manusia melalui tahapan-tahapan ini dengan kecepatan dan kesiapan otak yang berbeda-beda. Seorang anak berusia 6 tahun mungkin berada pada tahap operasional konkrit, sementara anak berusia 9 tahun masih dalam cara berpikir tahap pra-operasional. Meski begitu, urutan perkembangan intelektual semua anak adalah sama, struktur level atas terintegrasi dengan level bawah (Dahar, 2011, p. 137).

Anak-anak SD berada pada tahap operasional konkrit, yang dimana mereka sudah bisa berpikir dengan logika, meskipun harus memerlukan media visual untuk memahami. Pemahaman tentang nilai-nilai antikorupsi bisa mulai dikenalkan kepada anak-anak SD dengan bantuan media visual.

## Peran Orang Tua dalam Perkembangan Anak

Orang tua memiliki peranan yang penting dalam tumbuh kembang dan pendidikan anak. Orang tua merupakan pendidik yang utama dan pertama di dalam keluarga. Terlebih pada zaman sekarang, peranan orang tua sangat dibutuhkan untuk tumbuh kembang anak. Ada tiga peranan orang tua dalam mendidik anak. Seperti yang dikutip dari laman Sahabat Keluarga Kemendikbud RI, dalam artikel yang ditulis oleh Albertus Adit (2020), tiga peran orang tua tersebut antara lain:

- 1) Orang tua sebagai *trainer*  
Umumnya *trainer* dapat diartikan sebagai orang yang memberikan pelatihan, baik dalam pengetahuan maupun keterampilan. Peran ini sangat cocok bagi orang tua untuk mendidik anaknya, terutama pada usia 1 – 7 tahun. Pada usia tersebut merupakan saat yang tepat untuk memberikan fondasi tentang pengetahuan dan keterampilan dasar, seperti perilaku atau nilai-nilai yang baik maupun yang buruk.
- 2) Orang tua sebagai *coach*  
*Coach* dapat diartikan sebagai orang yang membantu seseorang untuk mencapai tujuan dengan memaksimalkan potensinya. Orang tua dapat menjadi *coach* untuk anaknya yang berusia 8 – 21 tahun. Pada peran ini, orang tua perlu mengetahui dan menggali potensi yang dimiliki anaknya, lalu memaksimalkan potensi anaknya untuk mencapai tujuan tertentu. Saat anak mencapai usia 15 tahun dan menginjak kedewasaan, orang tua hanya perlu

mendampingi anaknya dengan pertanyaan mendalam yang dapat memaksimalkan potensi anak.

### 3) Orang tua sebagai terapis

Pengertian awam tentang terapis adalah orang yang memberikan terapi kepada kliennya dengan cara tertentu. Terapi biasa diberikan kepada seseorang yang berada dalam kondisi negatif. Saat anak sedang berada pada mental yang lemah, seperti kurang percaya diri, gugup, ragu, malas, trauma, depresi, dan lain-lain, peran orang tua sangat penting dalam membangun mental anak agar menjadi lebih baik dan maju. Orang tua juga dapat menjadi terapis ketika anak memiliki kecanduan tertentu, seperti kecanduan gawai yang akut, kecanduan bermain *game*, atau perilaku negatif lainnya.

Dalam hal pendidikan antikorupsi, orang tua dapat menjadi *trainer* dan *coach* bagi anak-anaknya dalam mengajarkan nilai-nilai antikorupsi. Orang tua juga dapat memberikan contoh perilaku yang baik dan yang buruk pada anak. Orang tua dapat menjadi terapis bila anak dalam keadaan mental yang lemah, yang mengakibatkan anak menjadi tidak taat pada nilai-nilai atau norma-norma yang ada.

## Konsep Perancangan

### Konsep Media

Media yang akan dibuat memiliki tujuan agar orang tua mengedukasi anak-anaknya tentang nilai-nilai antikorupsi dan mengajak anak-anaknya yang sedang berada di sekolah dasar untuk berperilaku mandiri, sederhana, kerja keras, tanggung jawab, disiplin, jujur, peduli, berani, dan adil, dalam kehidupan di sekolah maupun di rumah. Hal ini diadakan sebagai upaya pencegahan tindakan korupsi di masa yang akan datang, karena generasi muda yang memiliki karakter antikorupsi.

Sasaran utama media – media yang akan dibuat ini yaitu orang tua anak-anak yang bersekolah di jenjang SD. Orang tua dapat menjadi jembatan untuk mengajarkan nilai-nilai antikorupsi kepada anaknya.

Demografis:

- Usia : 30 – 40 tahun
- Gender : Pria dan wanita
- SES : A – B
- Status : Memiliki anak yang bersekolah jenjang SD

Geografis:

- Negara : Indonesia
- Wilayah : Perkotaan
- Provinsi : Jawa Timur
- Kota : Surabaya

Psikografis:

- Suka mengajarkan hal baru pada anak
- Memiliki pikiran terbuka akan hal baru
- Suka bermain dengan anak

- Anak menjadi prioritas utama
- Ingin anaknya sukses
- Terbuka dengan anak

Behaviour:

- Bermain dengan anaknya saat waktu senjang
- Aktif dalam sosial media.

Media yang digunakan dalam Iklan Layanan Masyarakat atau kampanye ini adalah media-media yang dapat mudah dilihat oleh orang tua murid yaitu di sosial media. Media sosial utama yang digunakan yaitu Instagram.

### Konsep Kreatif

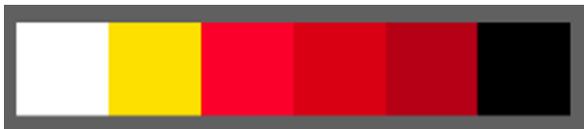
Dampak yang ingin dicapai adalah anak-anak usia SD dapat mengetahui nilai-nilai antikorupsi (mandiri, sederhana, kerja keras, tanggung jawab, disiplin, jujur, peduli, berani, dan adil) dan ikut menerapkannya di kehidupan sehari-hari, baik di rumah maupun di sekolah. Hal ini dapat menciptakan generasi muda anti korupsi yang berguna untuk masa depan.

Ide besar dari iklan layanan masyarakat ataaau kampanye ini adalah kecil-kecil antikorupsi. Tema ini memiliki artian bahwa meskipun masih berumur kecil, tapi anak-anak SD dapat memiliki karakter yang antikorupsi dan ikut memerangi korupsi dengan cara yang sesuai perannya sebagai siswa-siswi SD. Dengan menjadi siswa-siswi yang berkarakter baik, siswa-siswi SD bisa menjadi generasi penerus bangsa yang antikorupsi, sehingga korupsi di Indonesia dapat berkurang. Orang tua bisa memulai mengajarkan nilai-nilai antikorupsi ini pada anaknya.

Pesan ini akan disampaikan secara persuasif kepada siswa-siswi SD, untuk melakukan tindakan-tindakan mandiri, sederhana, kerja keras, tanggung jawab, disiplin, jujur, peduli, berani, dan adil.

### Konsep Visual

*Tone* warna yang akan digunakan yaitu warna-warna cerah. Pada ilustrasi akan menggunakan banyak warna merah dan putih, yang melambangkan anak SD dan Indonesia.



**Gambar 1. Tone Warna**

Typeface yang akan digunakan yaitu sans-serif untuk menggambarkan kesan yang lebih *playful*.

### Helvetica LT Std Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

Helvetica LT Std Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

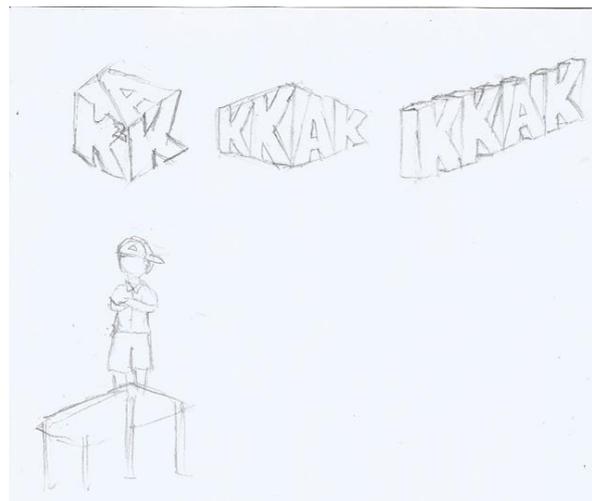
1234567890

### Penjaringan Ide Visual

Visualisasi dari media yang dipakai mengikuti target audiensnya. Visual yang digunakan yaitu ilustrasi vektor yang lucu dan imut, karena meskipun target audiensnya orang tua, tetapi anak juga terlibat. Ilustrasi yang digunakan yaitu seorang anak SD yang memakai seragam SD. Dengan visualisasi yang lucu, diharapkan para orang tua dapat tertarik untuk melihatnya.

### Pengembangan Bentuk Visual

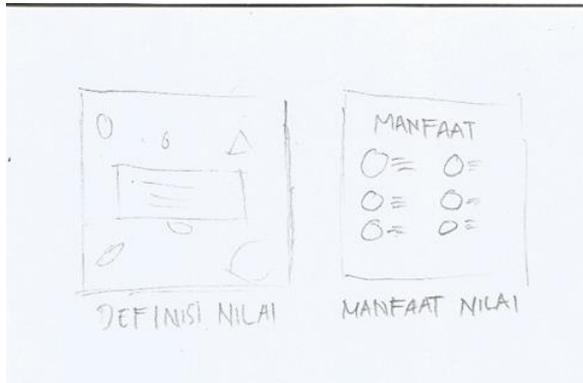
Berikut ini beberapa gambar dari *thumbnail* yang telah dibuat.



**Gambar 2. Thumbnail 1**

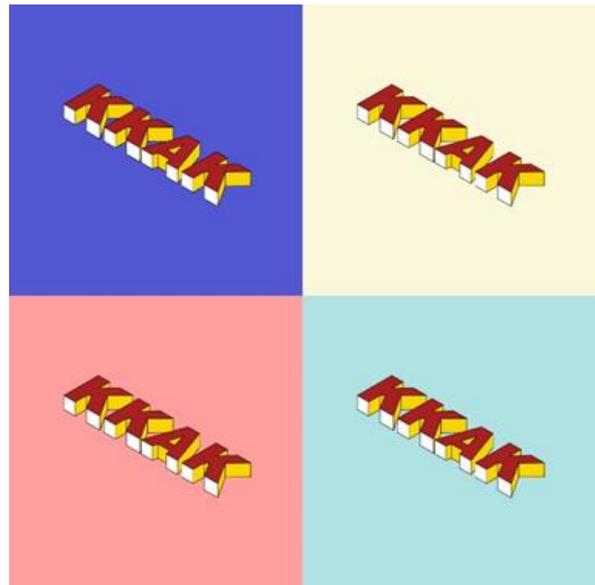


**Gambar 3. Thumbnail 2**

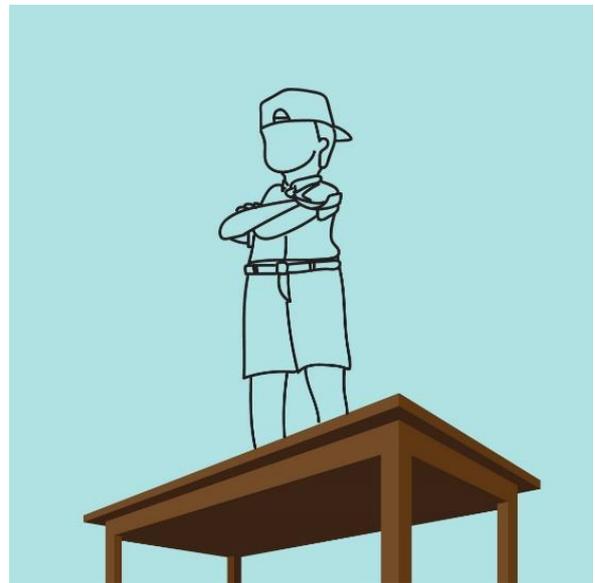


**Gambar 4. Thumbnail 3**

Berikut ini merupakan gambar dari beberapa *tight tissue* yang telah dibuat.



**Gambar 5. Tight Tissue 1**



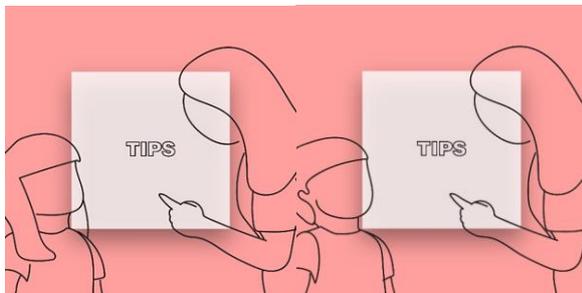
**Gambar 6. Tight Tissue 2**



Gambar 7. *Tight Tissue 3*



Gambar 10. *Final Visual 2*



Gambar 8. *Tight Tissue 4*

Berikut ini merupakan gambar dari beberapa hasil *final visual* yang telah dibuat.



Gambar 9. *Final Visual 1*



Gambar 11. *Final Visual 3*

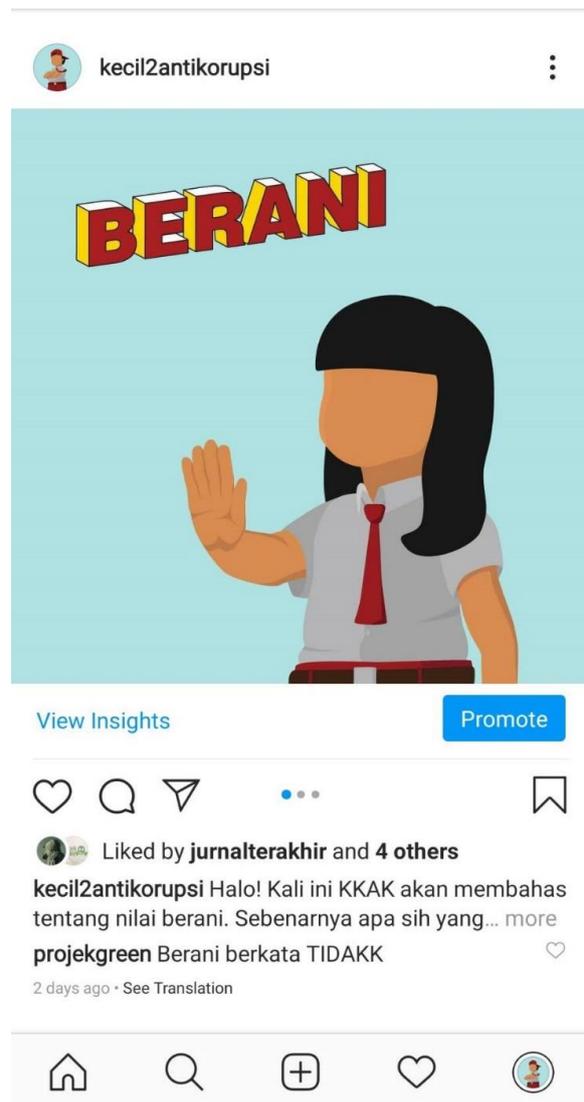


Gambar 12. *Final Visual 4*

Berikut ini merupakan gambar-gambar dari pengaplikasian di media sosial instagram.



Gambar 13. Instagram Profile



Gambar 14. Instagram Posting



Gambar 15. Instagram Story

## Kesimpulan

Akar dari permasalahan korupsi yaitu hilangnya karakter anti korupsi pada seseorang yang melakukan tindakan korupsi. Salah satu cara untuk mengurangi korupsi dikemudian hari yaitu dengan menciptakan generasi yang anti korupsi. Pendidikan anti korupsi disini berperan penting dalam membangun generasi anti korupsi. Pendidikan anti korupsi sejak dini perlu disadari oleh orang tua. Mengingat jaman sekarang yang serba *online*, penulis ingin menyampaikan pendidikan anti korupsi sejak dini melalui media sosial. Harapannya para orang tua dapat melihatnya dan mulai mengajarkan pendidikan anti korupsi pada anaknya, sehingga dapat menciptakan generasi yang anti korupsi.

## Daftar Referensi

Adit, Albertus. (2020). 3 Peran orangtua didik anak di era "zaman now". *Kompas*. Retrieved from <https://edukasi.kompas.com/read/2020/01/24/2322312>

1/3-peran-orangtua-didik-anak-di-era-zaman-now?page=allA

Anitah, Sri. (2008). *Media pembelajaran*. Surakarta: LPP UNS dan UNS Pers.

Dahar, Ratna Wilis. (2011). *Theories belajar dan pembelajaran*. Cet. V, Jakarta: Erlangga, p. 34

Durianto, D. S. (2003). *Invasi pasar dengan iklan yang efektif: strategi, program, dan teknik pengukuran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Edwards, C. (2018). *Social media and mental health: handbook for parents and teachers*. Newark-on-Trent, Great Britain: Trigger.

Ibda, F. (2015). Perkembangan kognitif: teori Jean Piaget. *Intelektualita*, 3(1), 29.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.

Kasali, Rhenald. (1993). *Manajemen periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen periklanan: konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

King, L. A. (2010). *Psikologi umum sebuah pandangan apresiatif*. (Terj Depresi Opi Perdana Yanti). Cet. 1. Jakarta: Selemba Humanika, hal. 152

Klitgaard, Robert. (1998). *Membasmi korupsi*. Jakarta: Yayasan Obor Indoensia

Musfiqon. (2012). *Pengembangan media belajar dan sumber belajar*. Jakarta: Prestasi Pustakakarya.

Olson, M. H., & Hergenhahn, B. R. (2010). *Theories of learning (teori belajar)*. alih bahasa: Tri Wibowo B.S., Cet. III, Jakarta: Prenada Media Group, p. 313

Pujianto. (2013). *Iklan layanan masyarakat*. Yogyakarta: Andi Offset.

Supriyatna, A., Kembara M. D., Anas Z., Tola B., Hadiana D., Warsihna J. (2017). *Pendidikan antikorupsi*. Jakarta: Deputi Bidang Pencegahan Komisi Pemberantasan Korupsi.

Sukmana, Yoga. (2019). Survei terbaru BPS: masyarakat indonesia makin anti korupsi. *Kompas*. Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2019/09/16/144500526/survei-terbaru-bps--masyarakat-indonesia-makin-anti-korupsi>

Transparency International. (2019). *Corruption Perceptions Index 2019*.  
<https://www.transparency.org/en/cpi/2019/results/idn>

Widyatama, Rendra. (2007). *Pengantar periklanan*.  
Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.