

Kampanye antikorupsi berbasis media sosial: analisis peran mahasiswa dalam membangun kesadaran publik

Nur Isfarayini Masitha

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Mulana Malik Ibrahim Malang

e-mail: nurisfarayinifara@gmail.com

Kata Kunci:

kampanye antikorupsi, media sosial, mahasiswa, kesadaran publik, komunikasi digital.

Keywords:

anti-corruption campaign, social media, students, public awareness, digital communication

ABSTRAK

Korupsi dipahami sebagai persoalan sosial yang merusak nilai kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepercayaan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka. Data diperoleh dari jurnal ilmiah, artikel akademik, buku, laporan, dan dokumen yang relevan dengan isu antikorupsi, media sosial, komunikasi kampanye, partisipasi mahasiswa, dan kesadaran publik. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa kampanye antikorupsi di media sosial dapat dilakukan melalui poster digital, infografis, video pendek, meme edukatif, tagar, twibbon, kuis, polling, dan

diskusi daring. Mahasiswa berperan sebagai edukator publik, agen perubahan, teladan integritas, serta penggerak partisipasi digital. Strategi komunikasi yang digunakan meliputi penyederhanaan pesan, penguatan visual, pemanfaatan isu aktual, komunikasi dua arah, dan konsistensi identitas kampanye. Kampanye ini efektif jika dilakukan secara kreatif, konsisten, berbasis data, dan melibatkan kolaborasi dengan komunitas atau lembaga antikorupsi. Dengan demikian, media sosial menjadi ruang strategis bagi mahasiswa untuk menanamkan budaya antikorupsi secara dekat, ringan, relevan, dan mudah diterima oleh publik.

ABSTRACT

Corruption is understood as a social problem that damages honesty, justice, responsibility, and public trust. This study uses a descriptive qualitative method with a literature study approach. Data were obtained from scientific journals, academic articles, books, reports, and documents related to anti-corruption issues, social media, campaign communication, student participation, and public awareness. The findings show that anti-corruption campaigns on social media can be carried out through digital posters, infographics, short videos, educational memes, hashtags, twibbons, quizzes, polls, and online discussions. Students act as public educators, agents of change, role models of integrity, and drivers of digital participation. The communication strategies used include simplifying messages, strengthening visuals, using current issues, building two-way communication, and maintaining campaign identity. Therefore, social media serves as a strategic space for students to promote anti-corruption values in a relevant, creative, and accessible way.

Pendahuluan

Korupsi merupakan persoalan sosial yang tidak hanya berkaitan dengan kerugian negara, tetapi juga dengan rusaknya nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab publik. Dalam kehidupan sehari-hari, perilaku koruptif dapat muncul dalam bentuk kecil, seperti menyontek, titip absen, manipulasi data, penyalahgunaan amanah organisasi, hingga penerimaan gratifikasi. Karena itu, kampanye antikorupsi perlu diarahkan tidak hanya pada pejabat negara, tetapi juga pada masyarakat luas, termasuk generasi muda. Mahasiswa memiliki posisi penting karena berada di lingkungan akademik, dekat dengan teknologi digital, dan memiliki kemampuan untuk



menyampaikan kritik sosial secara kreatif. Dokumen pembahasan ini menempatkan bentuk kampanye, peran mahasiswa, dan strategi komunikasi sebagai bagian utama dalam membangun kesadaran publik melalui media sosial (Smeer et al., 2023). Media sosial menjadi ruang strategis untuk menyampaikan pesan antikorupsi karena mampu menjangkau publik secara cepat, luas, dan interaktif. Melalui Instagram, TikTok, X, YouTube, dan Facebook, mahasiswa dapat membuat poster digital, infografis, video pendek, meme edukatif, tagar, twibbon, kuis, serta diskusi daring. Bentuk kampanye tersebut sesuai dengan pola komunikasi anak muda yang cenderung visual, ringkas, dan partisipatif. Yusuf (2019) menjelaskan bahwa kampanye antikorupsi melalui media sosial mendapat respons positif dari mahasiswa dan anak muda karena memberi ruang kreativitas dalam menyampaikan pesan moral dan sosial.

Mahasiswa juga berperan sebagai edukator publik, agen perubahan, teladan integritas, dan penggerak partisipasi digital. Peran ini penting karena kesadaran antikorupsi tidak cukup dibangun melalui aturan hukum saja, tetapi perlu diperkuat melalui pendidikan nilai dan komunikasi publik. Baharuddin et al (2021) menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang partisipasi kreatif kaum muda dalam menyuarakan perlawanan terhadap korupsi. Media sosial tidak hanya menjadi tempat menyebarkan informasi, tetapi juga ruang untuk membentuk opini, membangun solidaritas, dan mengajak publik terlibat dalam isu antikorupsi. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini membahas kampanye antikorupsi berbasis media sosial dengan fokus pada peran mahasiswa dalam membangun kesadaran publik. Kajian ini penting karena mahasiswa dapat menghubungkan nilai integritas dengan gaya komunikasi digital yang dekat dengan masyarakat. Machmud et al (2024) juga menunjukkan bahwa media sosial cukup efektif dalam meningkatkan kesadaran dan gerakan antikorupsi, meskipun efektivitasnya tetap dipengaruhi oleh strategi komunikasi dan luasnya jaringan kampanye. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini tidak berfokus pada penghitungan angka, tetapi pada penjelasan makna, peran, bentuk kampanye, dan strategi komunikasi mahasiswa dalam kampanye antikorupsi berbasis media sosial. Data penelitian diperoleh dari jurnal ilmiah, artikel akademik, buku, laporan, dan dokumen yang relevan dengan tema antikorupsi, media sosial, komunikasi kampanye, partisipasi mahasiswa, dan kesadaran public (Pringgar & Sujatmiko, 2020).

Pembahasan

Bentuk Kampanye Antikorupsi di Media Sosial

Bentuk kampanye antikorupsi di media sosial dapat dikembangkan melalui konten visual, audiovisual, interaktif, dan partisipatif. Dalam konteks mahasiswa, kampanye tidak hanya berfungsi sebagai penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun keberanian moral, kepedulian sosial, dan budaya integritas. Media sosial memberi peluang bagi mahasiswa untuk menyampaikan pesan antikorupsi dengan bahasa yang dekat dengan anak muda. Pesan tidak harus selalu formal. Pesan dapat dibuat sederhana, singkat, dan mudah dibagikan agar publik cepat memahami nilai yang ingin disampaikan. Penelitian Yusuf menunjukkan bahwa kampanye antikorupsi

mahasiswa dapat berbentuk twibbon, poster, video cerita pendek, gambar edukatif, dan permainan interaktif yang diunggah melalui Instagram dan Facebook. Bentuk ini dinilai sesuai dengan karakter mahasiswa karena memberi ruang kreativitas dan mendorong keterlibatan pengguna lain (Yusuf, 2019).

Bentuk pertama ialah poster digital dan infografis. Poster digunakan untuk menyampaikan pesan utama secara ringkas melalui kombinasi teks, simbol, dan desain visual. Dalam kampanye antikorupsi, poster dapat memuat pesan tentang bahaya suap, gratifikasi, plagiarisme, titip absen, penyalahgunaan jabatan, dan pentingnya kejujuran. Infografis juga efektif karena mampu menjelaskan isu yang rumit menjadi informasi yang lebih mudah dipahami. Misalnya, mahasiswa dapat membuat infografis tentang jenis-jenis korupsi, dampak korupsi bagi pendidikan, atau cara melaporkan tindakan koruptif. Bentuk ini cocok untuk Instagram, X, dan Facebook karena mudah disimpan, dibagikan, dan dijadikan bahan diskusi. Yusuf (2019) mencatat bahwa poster antikorupsi yang menarik secara visual dapat membantu anak muda lebih peduli terhadap isu politik dan korupsi.

Bentuk kedua ialah video pendek. Video dapat dibuat dalam bentuk cerita singkat, reels, TikTok, edukasi satu menit, atau simulasi kasus sederhana. Konten video memiliki kekuatan karena mampu menampilkan situasi nyata yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Contohnya, mahasiswa dapat membuat video tentang kebiasaan kecil yang termasuk perilaku koruptif, seperti menyontek, memalsukan tanda tangan, menggunakan fasilitas kampus untuk kepentingan pribadi, atau menerima hadiah karena jabatan organisasi. Melalui alur cerita sederhana, publik lebih mudah menangkap pesan moral kampanye. Dalam kajian Yusuf (2019), cerita pendek berbasis video menjadi salah satu bentuk kampanye mahasiswa yang digunakan untuk menyampaikan nilai kejujuran dan integritas.

Bentuk ketiga ialah kampanye berbasis tagar, caption, meme, quote, dan twibbon. Tagar berfungsi menghubungkan satu unggahan dengan unggahan lain sehingga pesan kampanye lebih mudah ditemukan. Twibbon dapat memperluas partisipasi karena pengguna hanya perlu memasang bingkai kampanye pada foto profil atau unggahan mereka. Meme dan caption singkat juga dapat menarik perhatian karena lebih ringan dan sesuai dengan budaya komunikasi anak muda. Baharuddin et al (2021) menemukan bahwa kaum muda menggunakan Twitter sebagai ruang partisipasi kreatif melalui meme, capture, caption, quote, dan hashtag. Bentuk tersebut dapat memengaruhi pengguna lain untuk ikut terlibat dalam minat kolektif melawan korupsi.

Bentuk keempat ialah konten interaktif, seperti polling, kuis, tantangan integritas, live discussion, dan permainan edukatif. Konten ini penting karena publik tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga ikut memberi respons. Mahasiswa dapat membuat kuis “apakah ini termasuk korupsi?”, polling tentang sikap terhadap gratifikasi, atau tantangan tujuh hari perilaku jujur. KPK juga mendorong kampanye integritas sosial oleh mahasiswa agar mereka mampu memberi solusi terhadap persoalan integritas di lingkungan sekitar. Panduan KPK bahkan menekankan pentingnya pesan kampanye dan tagar dalam promosi kampanye integritas mahasiswa (KPK, 2016).

Secara umum, bentuk kampanye antikorupsi di media sosial perlu disusun dengan pesan yang jelas, visual yang menarik, dan strategi distribusi yang konsisten. Kampanye tidak cukup hanya mengunggah konten. Mahasiswa juga perlu membangun interaksi melalui komentar, balasan, kolaborasi, dan evaluasi respons audiens. (Machmud et al (2024) menunjukkan bahwa media sosial cukup efektif untuk meningkatkan kesadaran dan gerakan antikorupsi, tetapi jejaring komunikasi yang terbatas dapat membuat kampanye kurang optimal. Karena itu, mahasiswa perlu memperkuat kolaborasi dengan organisasi kampus, komunitas digital, dan lembaga antikorupsi agar jangkauan pesan lebih luas.

Peran Mahasiswa dalam Kampanye Antikorupsi

Mahasiswa memiliki peran penting dalam kampanye antikorupsi karena berada pada posisi sosial yang dekat dengan dunia pendidikan, teknologi, dan ruang publik digital. Dalam kampanye antikorupsi berbasis media sosial, mahasiswa tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga dapat menjadi pembuat pesan, penyebar nilai, dan penggerak kesadaran publik. Peran ini relevan karena pendidikan antikorupsi di perguruan tinggi tidak hanya menekankan pemahaman teori, tetapi juga pembentukan sikap dan perilaku. Mulyoto (2020) menjelaskan bahwa penanaman nilai antikorupsi pada mahasiswa perlu memadukan teori dan praktik agar mahasiswa mampu mengembangkan keterampilan serta sikap antikorupsi secara nyata. Dengan dasar tersebut, media sosial dapat menjadi ruang praktik bagi mahasiswa untuk menyampaikan gagasan antikorupsi kepada masyarakat luas.

Peran pertama mahasiswa ialah sebagai edukator publik. Mahasiswa dapat menyederhanakan isu korupsi yang sering dianggap berat menjadi pesan yang mudah dipahami. Misalnya, mahasiswa membuat konten tentang bentuk korupsi kecil dalam kehidupan sehari-hari, seperti menyontek, titip absen, manipulasi data organisasi, penyalahgunaan dana kegiatan, atau menerima gratifikasi. Melalui poster, video pendek, infografis, dan narasi singkat, mahasiswa dapat membantu publik memahami bahwa korupsi tidak hanya terjadi di lembaga negara, tetapi juga dapat tumbuh dari kebiasaan tidak jujur di lingkungan terdekat. Gufron et al (2022) menegaskan bahwa pendidikan antikorupsi memberi mahasiswa kesempatan untuk peka terhadap praktik korupsi di sekitar kehidupan mereka serta memahami konsekuensi hukum dari tindakan tersebut.

Peran kedua mahasiswa ialah sebagai agen perubahan. Dalam konteks media sosial, peran ini terlihat dari kemampuan mahasiswa membangun opini, mengajak diskusi, dan mendorong sikap kritis terhadap praktik koruptif. Mahasiswa dapat mengangkat isu aktual, memberi sudut pandang etis, dan mengajak audiens menolak budaya permisif terhadap korupsi. Mulyoto (2020) menunjukkan bahwa model project citizen dapat membentuk mahasiswa agar berpartisipasi aktif terhadap isu korupsi di sekitar lingkungan mereka dan memiliki perilaku yang mencerminkan nilai antikorupsi. Prinsip ini sejalan dengan kampanye media sosial, karena mahasiswa dapat mengubah kepedulian pribadi menjadi gerakan digital yang melibatkan lebih banyak orang.

Peran ketiga mahasiswa ialah sebagai teladan integritas. Kampanye antikorupsi akan lebih kuat jika mahasiswa menunjukkan perilaku yang sesuai dengan pesan yang disampaikan. Konten antikorupsi tidak cukup hanya mengajak orang lain bersikap jujur. Mahasiswa juga perlu membangun budaya akademik yang bersih, seperti tidak melakukan plagiarisme, tidak memanipulasi presensi, tidak menyalahgunakan jabatan organisasi, dan bertanggung jawab terhadap amanah kegiatan. Gufron et al (2022) menyebut bahwa wujud integritas antikorupsi mahasiswa dapat dilihat dari kebiasaan menyelesaikan tugas tepat waktu, berani menyampaikan sesuatu sesuai keadaan sebenarnya, tidak mengambil sesuatu yang bukan haknya, serta menunjukkan komitmen menolak perilaku koruptif.

Peran keempat mahasiswa ialah sebagai penggerak partisipasi digital. Mahasiswa dapat menggunakan media sosial untuk mengajak publik ikut serta dalam kampanye melalui tagar, twibbon, polling, kuis, diskusi daring, dan konten kolaboratif. Bentuk partisipasi ini penting karena kesadaran publik tidak tumbuh hanya melalui informasi satu arah, tetapi juga melalui keterlibatan aktif. Smeer et al (2023) menempatkan mahasiswa sebagai bagian strategis dalam pencegahan dan pemberantasan korupsi, terutama melalui internalisasi nilai integritas dalam pendidikan. Hasil kajian mereka juga menunjukkan bahwa pendidikan antikorupsi berkontribusi terhadap moral knowing, moral feeling, dan moral action mahasiswa. Artinya, mahasiswa memiliki modal kognitif, emosional, dan tindakan untuk menjadi penggerak kampanye antikorupsi yang lebih konsisten di ruang digital.

Dengan demikian, peran mahasiswa dalam kampanye antikorupsi di media sosial mencakup empat posisi utama, yaitu edukator publik, agen perubahan, teladan integritas, dan penggerak partisipasi digital. Keempat peran ini saling berkaitan. Mahasiswa perlu memahami isu korupsi, mengolahnya menjadi pesan yang komunikatif, menampilkan perilaku yang sesuai, lalu mengajak publik untuk ikut bergerak. Kampanye antikorupsi berbasis media sosial akan lebih bermakna jika mahasiswa tidak hanya mengejar jumlah unggahan, tetapi juga membangun percakapan, kesadaran, dan komitmen bersama untuk menolak perilaku koruptif.

Strategi Komunikasi yang Digunakan Mahasiswa

Strategi komunikasi menjadi unsur penting dalam kampanye antikorupsi di media sosial. Mahasiswa tidak cukup hanya menyampaikan pesan “tolak korupsi”, tetapi perlu menyusun pesan yang sesuai dengan karakter audiens digital. Dalam konteks ini, strategi komunikasi mahasiswa dapat dilihat dari cara menentukan isu, memilih bentuk pesan, menggunakan media, membangun interaksi, dan menjaga konsistensi kampanye. KPK (2016) menekankan bahwa kampanye integritas oleh mahasiswa perlu dimulai dari masalah nyata di lingkungan sekitar, sehingga pesan kampanye tidak bersifat abstrak, tetapi dekat dengan pengalaman publik.

Strategi pertama ialah menyederhanakan pesan antikorupsi. Isu korupsi sering dianggap berat karena berkaitan dengan hukum, kekuasaan, dan keuangan negara. Mahasiswa dapat mengubah isu tersebut menjadi pesan yang lebih mudah dipahami, seperti bahaya menyontek, titip absen, manipulasi dana organisasi, plagiarisme, suap

kecil, dan gratifikasi. Strategi ini penting karena publik lebih mudah menerima pesan yang dekat dengan pengalaman sehari-hari. Yusuf (2019) menunjukkan bahwa kampanye antikorupsi mahasiswa melalui media sosial berhasil ketika mahasiswa mampu mengubah materi antikorupsi menjadi ide kreatif yang sesuai dengan gaya komunikasi anak muda.

Strategi kedua ialah menggunakan visual yang menarik dan mudah dibagikan. Mahasiswa dapat memakai poster digital, infografis, video pendek, meme edukatif, reels, dan konten carousel. Bentuk visual membantu audiens menangkap pesan secara cepat. Di media sosial, perhatian pengguna sangat singkat. Karena itu, pesan antikorupsi perlu disusun dengan judul kuat, desain sederhana, dan kalimat yang langsung pada inti masalah. Strategi ini sejalan dengan temuan Baharuddin et al (2021) bahwa media sosial memberi ruang partisipasi kreatif bagi kaum muda dalam menyuarakan perlawanan terhadap korupsi melalui hashtag, meme, caption, capture, dan quote.

Strategi ketiga ialah memanfaatkan isu aktual. Mahasiswa dapat mengaitkan kampanye dengan peristiwa korupsi yang sedang ramai dibicarakan, tetapi tetap harus menjaga akurasi informasi. Isu aktual membuat pesan lebih relevan dan mendorong publik untuk berdiskusi. Namun, mahasiswa perlu berhati-hati agar kampanye tidak berubah menjadi penyebaran opini tanpa data. Oleh karena itu, setiap konten perlu didukung sumber terpercaya, seperti data KPK, laporan resmi, jurnal, atau berita kredibel. Machmud et al (2024) menjelaskan bahwa media sosial efektif sebagai alat komunikasi kampanye antikorupsi karena mampu membangun kesadaran dan gerakan publik, tetapi efektivitasnya tetap bergantung pada pola komunikasi dan jaringan yang digunakan.

Strategi keempat ialah membangun komunikasi dua arah. Kampanye digital tidak boleh berhenti pada unggahan satu arah. Mahasiswa perlu membuka ruang respons melalui polling, kuis, kolom komentar, diskusi daring, dan ajakan berbagi pengalaman. Dengan cara ini, audiens tidak hanya melihat konten, tetapi ikut terlibat dalam percakapan antikorupsi. Strategi ini memperkuat partisipasi publik karena media sosial bekerja melalui interaksi, bukan hanya penyebaran informasi. Baharuddin et al (2021) juga menegaskan bahwa media sosial menjadi ruang ekspresi politik dan partisipasi kreatif kaum muda dalam isu antikorupsi.

Strategi kelima ialah menjaga konsistensi identitas kampanye. Mahasiswa perlu memakai tema, tagar, warna, gaya bahasa, dan jadwal unggahan yang konsisten. Konsistensi membantu audiens mengenali pesan kampanye dan mengingat nilai utama yang disampaikan. Selain itu, mahasiswa juga dapat memperluas jangkauan melalui kolaborasi dengan organisasi kampus, komunitas literasi digital, media kampus, dan lembaga antikorupsi. KPK (2016) mendorong mahasiswa untuk merancang kampanye sosial integritas sebagai solusi terhadap persoalan integritas di lingkungan sekitar. Dengan demikian, strategi komunikasi mahasiswa dalam kampanye antikorupsi mencakup penyederhanaan pesan, penguatan visual, pemanfaatan isu aktual, komunikasi dua arah, serta konsistensi identitas kampanye. Strategi tersebut membuat kampanye lebih mudah diterima, lebih dekat dengan anak muda, dan lebih berpeluang membangun kesadaran publik.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, kampanye antikorupsi berbasis media sosial memiliki peran penting dalam membangun kesadaran publik, terutama di kalangan generasi muda. Media sosial menjadi ruang yang efektif karena mampu menyebarkan pesan secara cepat, luas, dan interaktif. Kampanye antikorupsi tidak lagi harus dilakukan melalui cara formal, tetapi dapat dikembangkan melalui poster digital, infografis, video pendek, meme edukatif, tagar, twibbon, kuis, polling, dan diskusi daring. Bentuk tersebut membuat pesan antikorupsi lebih dekat dengan gaya komunikasi masyarakat digital, khususnya mahasiswa dan anak muda. Mahasiswa memiliki posisi strategis dalam kampanye antikorupsi karena mereka berada di lingkungan akademik dan dekat dengan penggunaan teknologi. Dalam kampanye ini, mahasiswa berperan sebagai edukator publik, agen perubahan, teladan integritas, dan penggerak partisipasi digital. Sebagai edukator publik, mahasiswa dapat menyederhanakan isu korupsi agar mudah dipahami masyarakat. Sebagai agen perubahan, mahasiswa dapat membangun opini kritis dan mengajak publik menolak perilaku koruptif. Sebagai teladan integritas, mahasiswa perlu menunjukkan perilaku jujur dalam kehidupan akademik dan organisasi. Sebagai penggerak partisipasi digital, mahasiswa dapat mengajak masyarakat ikut terlibat melalui konten interaktif dan kolaboratif.

Strategi komunikasi juga menjadi faktor utama dalam keberhasilan kampanye. Mahasiswa perlu menyusun pesan yang sederhana, menarik, aktual, dan berbasis data. Penggunaan visual yang kuat, isu yang relevan, komunikasi dua arah, serta konsistensi identitas kampanye dapat membuat pesan antikorupsi lebih mudah diterima oleh publik. Dengan demikian, media sosial bukan hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga dapat menjadi ruang pendidikan moral, penguatan integritas, dan gerakan sosial antikorupsi. Mahasiswa perlu meningkatkan kualitas kampanye antikorupsi di media sosial dengan membuat konten yang kreatif, konsisten, dan mudah dipahami. Setiap konten sebaiknya tidak hanya berisi ajakan umum, tetapi juga memuat contoh nyata perilaku koruptif dalam kehidupan sehari-hari, seperti menyontek, titip absen, plagiarisme, penyalahgunaan dana organisasi, dan gratifikasi. Perguruan tinggi juga perlu mendukung gerakan ini melalui pelatihan literasi digital, pendidikan antikorupsi, dan pembinaan organisasi mahasiswa. Dukungan tersebut penting agar mahasiswa tidak hanya mampu membuat konten menarik, tetapi juga memahami substansi antikorupsi secara benar. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas digital, media kampus, dan lembaga antikorupsi perlu diperkuat agar jangkauan kampanye semakin luas dan berdampak nyata bagi masyarakat.

Daftar Pustaka

- Baharuddin, T., Salahudin, Sairin, S., Qodir, Z., & Jubba, H. (2021). Kampanye Antikorupsi Kaum Muda melalui Media Sosial Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 58–77. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.3827>

- Gufron, Chamidah, D., & Firdausy, M. A. (2022). Pendidikan Anti Korupsi Berbasis Islam untuk Membangun Zona Integritas di Kalangan Mahasiswa Ma'had al-Jami'ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Laporan Penelitian*, 4(2), 10–19. <https://repository.uin-malang.ac.id/>
- KPK. (2016). *The strategy for anti-corruption campaign by students: Part 1*. ACLC KPK. (pertama). Pusat Edukasi Antikorupsi KPK. https://aclc.kpk.go.id/learning-materials/social-culture/book/the-strategy-for-anti-corruption-campaign-by-students-part-1?utm_source=
- Machmud, M., Maria, J., Sultan, M. I., & Farid, M. (2024). Social media as communication tools for anti-corruption campaign in Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 357–368. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.9.018>
- Mulyoto, G. P. (2020). Pengembangan modul praktikum matakuliah Pancasila dengan model project citizen untuk menanamkan nilai-nilai antikorupsi pada mahasiswa. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 17(1), 67–80. <https://repository.uin-malang.ac.id/>
- Pringgar, R. F., & Sujatmiko, B. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) Modul Pembelajaran Berbasis Augmented Reality pada Pembelajaran Siswa. *Jurnal IT-EDU*, 5(1), 317–329. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/it-edu/article/view/37489/33237>
- Smeer, Z. B., Mubasyiroh, & Hamim. (2023). Integrasi Pendidikan Anti korupsi Berbasis Islam dalam Mata Kuliah Studi Al-Qur'an dan Hadis (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam UIN Maulana Malik Ibrahim Malang). *JPPI: Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 9(4), 6–9. <https://repository.uin-malang.ac.id/>
- Yusuf, K. (2019). Kampanye antikorupsi melalui media sosial. *Prosiding COMNEWS*, 2(3), 186–203. https://proceeding.umn.ac.id/index.php/COMNEWS/article/view/1094/751?utm_source=