KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)
Vol.4, No.1 Januari 2027
e-ISSN: 3047-7603, p-ISSN :3047-9673, Hal 321-331
DOI : https://doi.org/10.61722/jinu.v4i1.13420

MEDIA SOSIAL DAN PENANAMAN NILAI ANTIKORUPSI PADA GENERASI MUDA: ANTARA KECEPATAN INFORMASI

Khoirunisa Aulia Siwi[1], Aos Kuswandi[2]
Universitas Muhammadiyah Indonesia (UMI), Jl. Cut Mutia No. 83, RT.004/RW.009, Margahayu, Kec. Bekasi Tim., Kota Bekasi, Jawa Barat,
Email : nisaauliasiwi@gmail.com[1], aos_kuswandi@umindonesia.ac.id[2]

Social media accelerates the spread of anti-corruption messages among young people, but speed does not necessarily translate into changed attitudes. This conceptual article is a descriptive qualitative literature review that draws on Indonesia's 2024 Anti-Corruption Behavior Index (IPAK) from Statistics Indonesia (BPS), news coverage, and twelve scholarly works (eleven journal articles and one conference paper). The IPAK, which measures petty corruption, fell to 3.85 on a 0–5 scale in 2024 from 3.92 in 2023. The data do not link the decline to social media use, so they are read as context rather than as evidence that online campaigns fail. The reviewed literature suggests that campaigns resonate when they reflect audiences' everyday experience of petty violations such as attendance fraud, that peer influence works in both directions, and that false news spreads faster than true news, which makes digital literacy essential. The article concludes that social media is only an entry point, and that integrity is formed through habituation and role modeling in families, schools, and universities.

Keywords: *anti-corruption; social media; youth; digital literacy; habituation of integrity*

Abstrak. Media sosial mempercepat penyebaran pesan antikorupsi di kalangan generasi muda, tetapi kecepatan itu belum tentu berujung pada perubahan sikap. Artikel ini menelaah hubungan antara kampanye antikorupsi di media sosial dan pembentukan integritas anak muda dengan menimbang data Indeks Perilaku Anti Korupsi (IPAK) Indonesia. Metode yang digunakan adalah kajian pustaka kualitatif deskriptif berbasis data sekunder dari Badan Pusat Statistik (BPS), pemberitaan, dan dua belas karya ilmiah (sebelas artikel jurnal dan satu makalah prosiding). IPAK 2024 tercatat 3,85 pada skala 0–5, turun dari 3,92 pada 2023, dan indeks ini mengukur korupsi skala kecil yang dekat dengan keseharian. Data tersebut tidak mengaitkan penurunan indeks dengan penggunaan media sosial, sehingga dibaca sebagai konteks, bukan bukti bahwa kampanye daring gagal. Telaah pustaka menunjukkan bahwa kampanye lebih bermakna bila dekat dengan pengalaman penonton, bahwa pengaruh teman sebaya bekerja dua arah, dan bahwa kabar keliru menyebar lebih cepat daripada kabar benar sehingga literasi digital diperlukan. Artikel ini menyimpulkan bahwa media sosial hanya berfungsi sebagai pintu masuk, sementara integritas dibentuk melalui pembiasaan dan keteladanan di keluarga, sekolah, dan kampus.

Kata kunci: antikorupsi; media sosial; generasi muda; literasi digital; pembiasaan integritas

Naskah Masuk: 11 November 2026; Revisi: 12 November 2026; Diterima: 13 November 2026; Terbit: 17 November 2026

1. LATAR BELAKANG

Hukuman penjara saja tidak akan menghentikan korupsi, sebab selama kebiasaan curang dianggap wajar, pelaku baru akan terus bermunculan. Karena itu, kejujuran perlu ditanamkan sejak dini, dan generasi muda adalah kelompok yang paling mungkin menentukan arahnya. Kajian terbaru menegaskan bahwa korupsi tidak dapat diatasi hanya dengan penegakan hukum, sehingga pencegahan melalui pendidikan antikorupsi tetap diperlukan (Khairunnisa, 2026). Pandangan ini sejalan dengan kajian pendidikan antikorupsi yang menempatkan pembiasaan dan keteladanan sebagai kunci (Latifah et al., 2026).

Anak muda masa kini banyak belajar dari layar ponsel. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat penetrasi internet nasional sebesar 79,5 persen pada 2024, dengan Gen Z menyumbang porsi pengguna terbesar, yaitu 34,4 persen (ANTARA News, 2024). Sebelum membaca berita secara utuh, mereka biasanya sudah melihat ringkasannya di TikTok atau Instagram. Wajar bila pesan antikorupsi ikut dibawa ke platform itu melalui video pendek, infografis, atau utas diskusi, dan sejumlah kajian memang memandang media sosial sebagai sarana kampanye yang menjanjikan (Khairunnisa, 2026; Machmud et al., 2024; Masitha, 2026; Syirfan et al., 2023; Yusuf, 2019). Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) sendiri meluncurkan akun TikTok resmi pada 26 September 2024 dengan sasaran anak muda dan anak-anak (InfoPublik, 2024).

Namun, banyaknya konten belum tentu mengubah cara pandang. Seseorang dapat menonton sepuluh video tentang korupsi lalu tetap menitip absen kepada temannya, dan praktik itu dianggap kebiasaan umum oleh sebagian mahasiswa (Salsabila et al., 2025). Penelitian yang ada menelaah kampanye antikorupsi di media sosial (Machmud et al., 2024; Masitha, 2026; Syirfan et al., 2023; Yusuf, 2019) dan pembiasaan nilai di sekolah serta keluarga (Hakim et al., 2026), tetapi dalam bahan yang ditelaah artikel ini, keduanya baru mulai dipertemukan (Khairunnisa, 2026) dan belum banyak diuraikan: sampai di mana media sosial dapat membantu, dan apa yang harus menyusul sesudahnya.

Artikel ini mengajukan tiga pertanyaan: (1) sejauh mana media sosial berperan dalam menanamkan nilai antikorupsi pada anak muda, (2) konten dan praktik seperti apa yang lebih mungkin mengubah sikap, dan (3) risiko apa yang menyertai

pemanfaatannya. Tujuannya adalah menguraikan peran sekaligus batas media sosial dalam pendidikan antikorupsi, lalu merumuskan prinsip pemanfaatannya. Pembahasan disusun berurutan: kajian pustaka, metode, hasil dan pembahasan, serta simpulan dan saran.

2. KAJIAN TEORITIS

Kajian terdahulu memandang media sosial sebagai ruang yang menjanjikan untuk menumbuhkan kesadaran antikorupsi. Machmud et al. (2024) menganalisis akun Twitter resmi KPK dan menemukan bahwa akun itu cukup aktif berkampanye, tetapi secara umum belum optimal karena intensitas komunikasinya rendah dan jaringannya terbatas. Syirfan et al. (2023), melalui kajian pustaka, menilai konten meme berpotensi cukup tinggi sebagai media edukasi antikorupsi bagi generasi muda, dengan pengelolaan yang melibatkan pemerintah, akademisi, dan masyarakat.

Kajian yang lebih baru memperluas gambaran itu. Yusuf (2019) mengamati kampanye antikorupsi buatan mahasiswa Universitas Paramadina di Instagram dan Facebook, dan menyimpulkan bahwa kampanye tersebut diterima baik oleh pembuat maupun penonton mudanya, tetapi jangkauan dan responsnya bergantung pada besar jaringan serta waktu unggah. Masitha (2026), dalam kajian pustaka, menggambarkan beragam bentuk kampanye, antara lain poster digital, infografis, video pendek, meme, tagar, kuis, dan diskusi daring, serta menempatkan mahasiswa sebagai pendidik publik dan agen perubahan. Khairunnisa (2026), dalam studi pustaka kualitatif tentang Gen Z, menyebut platform digital dapat menjadi sarana pendidikan antikorupsi, dengan tantangan berupa rendahnya literasi digital, penyebaran misinformasi, dan normalisasi perilaku tidak jujur, serta merekomendasikan kolaborasi keluarga, sekolah, kampus, pemerintah, dan masyarakat.

IPAK mengukur korupsi skala kecil (petty corruption), bukan korupsi besar (Fortune IDN, 2024). Di lingkungan pendidikan, bentuknya antara lain menitip absen dan menyontek. Hakim et al. (2026) menemukan di sebuah SMP negeri di Bandung bahwa rasionalisasi dan tekanan teman sebaya menjadi pendorong utama praktik semacam itu. Salsabila et al. (2025) menemukan pola serupa pada mahasiswa: titip absen didorong rasa malas, takut kehilangan poin kehadiran, solidaritas pertemanan, dan sistem absensi yang longgar, serta dianggap kebiasaan umum oleh sebagian mahasiswa.

Vosoughi et al. (2018) meneliti kabar yang beredar di Twitter pada 2006–2017 dan menemukan bahwa kabar palsu menyebar lebih jauh, lebih cepat, lebih dalam, dan lebih luas daripada kabar benar, dengan perilaku manusia, bukan bot, sebagai penyebab utamanya. Pada tingkat mahasiswa, Br Simamora et al. (2025) menemukan bahwa dari 50 responden, 78% mengaku mampu mengenali hoaks, tetapi hanya 56% yang aktif memverifikasi informasi sebelum mempercayainya.

Latifah et al. (2026), dalam kajian pustaka, menyimpulkan bahwa kejujuran dapat ditanamkan melalui pembiasaan di sekolah dan keluarga serta keteladanan pendidik. Di lingkungan keluarga, Nursalim et al. (2025) menemukan bahwa kejujuran (78%) dan tanggung jawab (70%) adalah nilai yang paling ditekankan orang tua, dengan pengawasan yang konsisten, rutinitas harian, keteladanan, dan konsekuensi yang mendidik sebagai strategi utama. Hakim et al. (2026) juga menyebut keteladanan guru dan pembiasaan iklim integritas sebagai intervensi yang esensial.

Sebagai kerangka analisis, artikel ini bersandar pada teori kognitif sosial komunikasi massa. Bandura (2001) menguraikan dua jalur pengaruh media. Pada jalur langsung, media mengubah orang dengan menginformasikan, memampukan, memotivasi, dan membimbing. Pada jalur termediasi sosial, media menghubungkan orang dengan jaringan dan lingkungan yang memberikan insentif serta bimbingan secara berkelanjutan. Bandura (2001) juga menyatakan bahwa keterhubungan struktural hanya menyediakan jalur penyebaran yang mungkin, sedangkan faktor psikososial menentukan apa yang benar-benar menyebar. Kerangka ini dipakai sebagai lensa untuk membaca bahan yang ditelaah, bukan sebagai hipotesis yang diuji.

3. METODE PENELITIAN

Artikel ini bersifat konseptual dan memakai pendekatan kualitatif deskriptif melalui kajian pustaka. Datanya berupa data sekunder: IPAK Indonesia 2024 yang diterbitkan Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), pemberitaan yang menafsirkan hasil indeks tersebut (Fortune IDN, 2024) serta memuat data penggunaan internet dan peluncuran akun TikTok KPK (ANTARA News, 2024; InfoPublik, 2024), dan dua belas karya ilmiah (sebelas artikel jurnal dan satu makalah prosiding) tentang teori komunikasi massa, kampanye antikorupsi di media sosial, korupsi skala kecil dan kecurangan akademik, misinformasi dan literasi digital, serta keteladanan dan pembiasaan nilai.

Artikel jurnal dicari melalui mesin pencari web pada November 2026 dengan kata kunci seperti media sosial, pendidikan antikorupsi, generasi muda, titip absen, literasi digital, dan keteladanan. Sumber dipilih bila relevan dengan salah satu tema tersebut dan metadatanya (penulis, nama jurnal, tahun, serta DOI atau tautan artikel) dapat diperiksa langsung pada halaman artikelnya. Sumber empiris dibatasi pada terbitan 2018–2026, sedangkan karya Bandura (2001) dipakai sebagai rujukan teori. Pencarian tidak dilakukan secara sistematis, sehingga artikel ini bukan tinjauan pustaka sistematis.

Analisis dilakukan secara tematik dengan menghubungkan gambaran data IPAK dan temuan kajian terdahulu dengan argumen tentang kecepatan dan pemahaman,

relevansi konten, peran anak muda sebagai pembuat konten, risiko penyebaran tuduhan, dan pembiasaan nilai.

Sebagai batasan, artikel ini tidak menguji hubungan sebab-akibat antara penggunaan media sosial dan perilaku antikorupsi. Data IPAK dipakai sebagai gambaran konteks, bukan sebagai bukti bahwa kampanye daring tidak efektif, dan temuan dari studi dengan sampel kecil atau konteks tertentu (misalnya satu sekolah atau satu kampus) tidak dapat digeneralisasi ke seluruh generasi muda.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 merangkum karya ilmiah yang menjadi bahan telaah. Temuan-temuannya dibahas dalam enam tema berikut: kecepatan dan pemahaman, gambaran IPAK 2024, kedekatan konten dengan penonton, anak muda sebagai pembuat konten, risiko fitnah dan literasi digital, serta pembiasaan integritas.

Tabel 1. Ringkasan karya ilmiah yang ditelaah

Karya	Konteks / bahan	Temuan yang dipakai dalam artikel ini
Bandura (2001)	Teori; artikel konseptual tentang komunikasi massa	Media memengaruhi lewat jalur langsung (menginformasikan, memampukan, memotivasi, membimbing) dan jalur termediasi sosial (jaringan yang memberi insentif dan bimbingan berkelanjutan).
Br Simamora et al. (2025)	50 mahasiswa kos di sekitar Universitas Negeri Medan	78% mengaku mampu mengenali hoaks, tetapi hanya 56% yang aktif memverifikasi informasi.
Hakim et al. (2026)	Siswa sebuah SMP negeri di Bandung	Rasionalisasi dan tekanan teman sebaya mendorong kecurangan kecil; keteladanan guru dan iklim integritas dinilai esensial.
Khairunnisa (2026)	Studi pustaka kualitatif tentang Gen Z dan media digital	Platform digital dapat menjadi sarana pendidikan antikorupsi; tantangannya literasi digital rendah, misinformasi, dan normalisasi perilaku tidak jujur.
Latifah et al. (2026)	Kajian pustaka	Kejujuran ditanamkan melalui pembiasaan di sekolah dan keluarga serta keteladanan pendidik.
Machmud et al. (2024)	Analisis konten akun Twitter resmi KPK	Akun cukup aktif, tetapi belum optimal karena intensitas komunikasi rendah dan jaringan terbatas.
Masitha (2026)	Kajian pustaka kualitatif deskriptif	Bentuk kampanye beragam (poster digital, infografis, video pendek, meme, dan lain-lain); mahasiswa berperan sebagai pendidik publik dan agen perubahan.

Karya	Konteks / bahan	Temuan yang dipakai dalam artikel ini
Nursalim et al. (2025)	Studi pada orang tua	Kejujuran (78%) dan tanggung jawab (70%) paling ditekankan; strategi utama: pengawasan konsisten, rutinitas, keteladanan, konsekuensi mendidik.
Salsabila et al. (2025)	Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Riau	Titip absen didorong rasa malas, takut kehilangan poin, solidaritas pertemanan, dan sistem absensi yang longgar.
Syirfan et al. (2023)	Kajian pustaka	Konten meme berpotensi cukup tinggi sebagai media edukasi antikorupsi bagi generasi muda.
Vosoughi et al. (2018)	Kabar yang beredar di Twitter, 2006–2017	Kabar palsu menyebar lebih jauh dan lebih cepat daripada kabar benar; penyebab utamanya perilaku manusia, bukan bot.
Yusuf (2019)	Kampanye buatan mahasiswa Universitas Paramadina di Instagram dan Facebook; kualitatif deskriptif	Diterima baik oleh pembuat dan penonton muda; jangkauan dan respons bergantung pada jaringan dan waktu unggah.

Sumber: diolah penulis dari karya yang ditelaah.

4.1 Kecepatan informasi tidak sama dengan pemahaman

Media sosial pandai menyebarkan informasi dengan cepat, tetapi kecepatan tidak sama dengan pemahaman. Vosoughi et al. (2018) menunjukkan bahwa kabar palsu di Twitter menyebar lebih jauh dan lebih cepat daripada kabar benar, dengan perilaku manusia sebagai penyebab utamanya. Jumlah tayangan dan tanda suka mudah dihitung, sedangkan perubahan sikap tidak, sehingga kampanye yang viral selama seminggu dapat dilupakan pada minggu berikutnya tanpa meninggalkan perubahan perilaku.

Skala penggunaan media sosial memang besar: penetrasi internet nasional mencapai 79,5 persen pada 2024 dan Gen Z menyumbang porsi pengguna terbesar, yaitu 34,4 persen (ANTARA News, 2024). Namun, jangkauan yang luas belum menjamin pesan sampai kepada sasarannya. Pada kampanye antikorupsi buatan mahasiswa Universitas Paramadina di Instagram dan Facebook, jangkauan dan respons bergantung pada besar jaringan pembuat serta waktu unggah (Yusuf, 2019).

Kesenjangan antara tahu dan bertindak juga terlihat pada literasi mahasiswa. Dari 50 mahasiswa kos di sekitar Universitas Negeri Medan, 78% mengaku mampu mengenali hoaks, tetapi hanya 56% yang aktif memverifikasi informasi sebelum mempercayainya (Br Simamora et al., 2025). Pengetahuan dan kebiasaan tidak otomatis berjalan bersama.

Akibatnya, keberhasilan kampanye antikorupsi tidak cukup diukur dari jangkauan. Pertanyaan yang lebih menentukan adalah apakah penonton kemudian bersikap berbeda terhadap kecurangan kecil di sekitarnya.

4.2 Gambaran data IPAK 2024

IPAK Indonesia pada 2024 tercatat 3,85 pada skala 0 sampai 5, turun dari 3,92 pada 2023 (BPS, 2024). BPS menafsirkan penurunan itu sebagai tanda bahwa masyarakat makin permisif terhadap korupsi (Fortune IDN, 2024). Indeks ini mengukur korupsi skala kecil, bukan korupsi besar (Fortune IDN, 2024), sehingga sangat dekat dengan kebiasaan sehari-hari.

Gambaran tersebut menunjukkan bahwa di tengah banyaknya konten antikorupsi, sikap terhadap pelanggaran kecil belum membaik. Meski demikian, data yang dipakai dalam artikel ini tidak mengaitkan perubahan indeks dengan penggunaan media sosial, dan banyak faktor lain dapat berpengaruh. Temuan ini lebih tepat dibaca sebagai konteks, bukan sebagai bukti bahwa kampanye daring gagal.

Gambaran ini sejalan dengan temuan di tingkat sekolah dan kampus bahwa pelanggaran kecil mudah dinormalisasi. Hakim et al. (2026) mencatat bahwa siswa membenarkan kecurangan dengan dalih kesetiakawanan, sedangkan Salsabila et al. (2025) menemukan bahwa titip absen oleh sebagian mahasiswa dianggap kebiasaan umum sehingga tidak selalu dipandang sebagai pelanggaran serius.

4.3 Konten yang dekat dengan pengalaman penonton

Konten yang berhasil biasanya dekat dengan pengalaman penontonnya. Video tentang menyontek, titip absen, atau uang kas kegiatan yang tidak jelas pertanggungjawabannya terasa lebih relevan daripada penjelasan tentang kasus triliunan rupiah yang jauh dari kehidupan mereka. Contoh-contoh itu bukan rekaan: Hakim et al. (2026) mencatat praktik menitipkan absen serta kebohongan soal uang jajan dan pembayaran di kantin pada siswa sebuah SMP negeri di Bandung, dan Salsabila et al. (2025) menemukan titip absen di kalangan mahasiswa.

Lembaga seperti KPK memang memanfaatkan media sosial untuk berkampanye. Analisis konten terhadap akun Twitter resminya menunjukkan bahwa akun itu cukup aktif, tetapi secara umum belum optimal karena intensitas komunikasinya rendah dan jaringannya terbatas (Machmud et al., 2024). KPK juga meluncurkan akun TikTok resmi pada 26 September 2024 untuk menjangkau anak muda dan anak-anak, dengan konten yang ringan dan ajakan kepada kreator media sosial untuk ikut membuat konten antikorupsi; akun itu memperoleh lebih dari 13.500 pengikut pada hari pertama (InfoPublik, 2024). Jumlah pengikut menunjukkan jangkauan awal, bukan perubahan sikap. Memakai media sosial dengan demikian belum otomatis berarti kampanyenya efektif.

4.4 Anak muda sebagai pembuat konten

Anak muda tidak harus menjadi penonton. Mereka dapat membuat konten sendiri, dengan bahasa sehari-hari dan contoh yang mereka kenal. Syirfan et al. (2023) menilai konten meme berpotensi cukup tinggi sebagai media edukasi antikorupsi bagi generasi muda, dengan pengelolaan yang melibatkan pemerintah, akademisi, dan masyarakat.

Masitha (2026) menempatkan mahasiswa sebagai pendidik publik, agen perubahan, dan teladan integritas, dan Yusuf (2019) mencatat bahwa kampanye buatan mahasiswa diterima baik oleh sesama anak muda. Meski demikian, Yusuf (2019) berangkat dari kampanye di satu kampus sehingga temuannya belum dapat digeneralisasi.

Gagasan bahwa pesan dari teman sebaya lebih mudah diterima daripada ceramah masuk akal, tetapi pengaruh teman sebaya bekerja dua arah. Hakim et al. (2026) menemukan bahwa tekanan teman sebaya menjadi salah satu pendorong utama kecurangan kecil di sekolah, dan Salsabila et al. (2025) mencatat solidaritas pertemanan yang salah arah dalam praktik titip absen. Kedekatan yang membuat pesan antikorupsi didengar dapat pula menormalkan pelanggaran. Menjadi pembuat konten karena itu berarti ikut bertanggung jawab atas pesan sekaligus atas contoh yang ditunjukkan sendiri.

4.5 Risiko fitnah dan perlunya literasi digital

Risiko pemanfaatan media sosial nyata. Tuduhan yang belum terbukti dapat menyebar lebih cepat daripada klarifikasinya, dan satu potongan video tanpa konteks cukup untuk merusak nama seseorang. Hal ini sejalan dengan temuan Vosoughi et al. (2018) bahwa kabar yang keliru menyebar lebih jauh dan lebih cepat daripada kabar yang benar. Semangat antikorupsi yang tidak disertai kehati-hatian justru dapat melahirkan fitnah.

Oleh sebab itu literasi digital tidak boleh dilewatkan. Sebelum membagikan sesuatu, pengguna perlu memeriksa siapa sumbernya, apakah ada bukti, dan mana yang fakta serta mana yang sekadar opini. Rendahnya konsistensi verifikasi pada mahasiswa (Br Simamora et al., 2025) menunjukkan bahwa kebiasaan ini perlu dilatih, bukan hanya diketahui. Kebiasaan kecil ini juga bagian dari sikap antikorupsi, karena kejujuran berlaku untuk apa yang dibagikan, bukan hanya untuk apa yang dikerjakan. Khairunnisa (2026) juga menyebut rendahnya literasi digital dan penyebaran misinformasi sebagai tantangan utama pemanfaatan media digital oleh Gen Z untuk pendidikan antikorupsi.

4.6 Integritas dibentuk lewat pembiasaan

Pada akhirnya, nilai antikorupsi diuji di tempat yang sepele: mahasiswa yang menulis tugas sendiri alih-alih menjiplak, panitia acara yang membuka laporan keuangannya, dan pengguna media sosial yang berani mengakui kesalahan ketika menyebarkan kabar keliru. Hal-hal seperti ini jarang menjadi viral, tetapi di sinilah integritas terbentuk.

Media sosial dapat menjadi pintu masuk, tetapi tidak dapat menggantikan pembiasaan. Kajian pustaka (Latifah et al., 2026) menunjukkan bahwa kejujuran ditanamkan melalui pembiasaan di sekolah dan keluarga serta keteladanan pendidik. Studi pada orang tua menemukan bahwa pengawasan yang konsisten, rutinitas harian, keteladanan, dan konsekuensi yang mendidik menjadi strategi utama menumbuhkan integritas anak (Nursalim et al., 2025). Pada tingkat sekolah, keteladanan guru dan pembiasaan iklim integritas dinilai esensial untuk mengikis rasionalisasi kecurangan

(Hakim et al., 2026), sedangkan di kampus, penguatan kesadaran moral perlu berjalan bersama pengawasan absensi dan sanksi yang mendidik (Salsabila et al., 2025).

Keluarga, sekolah, dan kampus karena itu tetap perlu memberi teladan, sebab siswa cenderung meniru sikap dan nilai yang diperlihatkan orang di sekitarnya (Latifah et al., 2026). Khairunnisa (2026) pun merekomendasikan kolaborasi keluarga, sekolah, kampus, pemerintah, dan masyarakat untuk membangun budaya integritas.

Temuan-temuan tersebut dapat dibaca melalui teori kognitif sosial. Bandura (2001) membedakan jalur langsung, tempat media mengubah orang dengan menginformasikan, memampukan, memotivasi, dan membimbing, dari jalur termediasi sosial, tempat media menghubungkan orang dengan jaringan dan lingkungan yang memberi insentif serta bimbingan berkelanjutan. Kampanye antikorupsi di media sosial bekerja terutama pada jalur pertama, sedangkan keluarga, sekolah, dan kampus yang menjalankan pembiasaan dan keteladanan merupakan wujud jalur kedua. Kesenjangan antara tahu dan bertindak dengan demikian dapat dipahami sebagai kesenjangan antara kedua jalur itu. Pembacaan ini merupakan tafsiran penulis atas bahan yang ditelaah, bukan hasil pengujian.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Media sosial efektif menyebarkan pesan antikorupsi dengan cepat, tetapi kecepatan itu belum menjamin perubahan sikap. Gambaran IPAK 2024, yang turun menjadi 3,85 dari 3,92 pada 2023, menunjukkan bahwa sikap terhadap pelanggaran kecil belum membaik di tengah banyaknya konten. Karena itu, media sosial lebih tepat diposisikan sebagai pintu masuk, sedangkan pembentukan integritas bergantung pada pembiasaan dan keteladanan di lingkungan terdekat.

Atas tiga pertanyaan penelitian, artikel ini menyimpulkan tiga hal. Pertama, peran media sosial terbatas pada pintu masuk: ia cepat menyampaikan pesan, tetapi tidak dengan sendirinya mengubah sikap. Kedua, konten yang dekat dengan pengalaman sehari-hari penonton, dibuat bersama anak muda, dan disambungkan dengan pembiasaan di lingkungan terdekat lebih mungkin mengubah sikap, meskipun kesimpulan ini masih bersifat konseptual dan belum diuji. Ketiga, risiko yang menyertai berupa fitnah, penyebaran kabar keliru, dan pengaruh teman sebaya yang dapat menormalkan pelanggaran. Dari sini dirumuskan empat prinsip pemanfaatan media sosial dalam pendidikan antikorupsi: (1) mulai dari pelanggaran kecil yang dekat dengan keseharian; (2) ukur perubahan sikap, bukan hanya jangkauan; (3) periksa sumber dan bukti sebelum membagikan tuduhan; dan (4) sambungkan

kampanye daring dengan pembiasaan dan keteladanan di keluarga, sekolah, dan kampus.

Berdasarkan pembahasan tersebut, pembuat kampanye disarankan untuk mengangkat contoh yang dekat dengan kehidupan sehari-hari anak muda, seperti menyontek, titip absen, dan pengelolaan uang kas, serta tidak hanya menjadikan jumlah tayangan sebagai ukuran keberhasilan. Anak muda juga perlu dilibatkan secara langsung dalam pembuatan konten agar pesan yang disampaikan lebih sesuai dengan bahasa dan pengalaman mereka. Selain itu, pengguna media sosial diharapkan lebih teliti dalam memeriksa sumber dan bukti serta membedakan fakta dengan opini sebelum membagikan informasi. Dukungan dari keluarga, sekolah, dan kampus juga diperlukan melalui pemberian contoh nyata dalam menerapkan perilaku antikorupsi di kehidupan sehari-hari.

Penelitian lanjutan dapat menguji secara empiris hubungan antara paparan konten antikorupsi di media sosial dan perubahan sikap anak muda, yang tidak dapat dijawab oleh artikel konseptual ini.

DAFTAR REFERENSI

ANTARA News. (2024, 31 Januari). APJII sebut penetrasi internet Indonesia naik jadi 79,5 persen di 2024. https://www.antaranews.com/berita/3941181/apjii

Badan Pusat Statistik. (2024, 15 Juli). Indeks Perilaku Anti Korupsi (IPAK) Indonesia 2024 sebesar 3,85, menurun dibandingkan IPAK 2023 [Siaran pers]. https://www.bps.go.id/pressrelease/2024/07/15/2374/indeks-perilaku-anti-korupsi-2024.html

Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, *3*(3), 265–299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03

Br Simamora, N. D., Bangun, M. B., Junita, C., & Yanti, F. (2025). Analisis tingkat literasi media mahasiswa penghuni kos di sekitar Universitas Negeri Medan. *Journal Education for All: Media Informasi Ilmiah Bidang Pendidikan Luar Sekolah, 14*(2), 63–71. https://doi.org/10.24114/jefa.v14i2.71296

Fortune IDN. (2024, 15 Juli). *BPS: Indeks perilaku anti korupsi Indonesia turun dua tahun beruntun*. https://www.fortuneidn.com/news/friana/bps-indeks-perilaku-anti-korupsi-indonesia-turun-dua-tahun-beruntun

Hakim, L., Darmawan, C., & Fitria, R. (2026). Anatomi praktik petty corruption di lingkungan sekolah: Dekonstruksi normalisasi kecurangan melalui pendidikan antikorupsi. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *11*(02), 300–307. https://doi.org/10.23969/jp.v11i02.53283

InfoPublik. (2024, 27 September). Akun TikTok KPK tarik antusiasme masyarakat. https://infopublik.id/kategori/nasional-politik-hukum/873706/akun-tiktok-kpk-tarik-antusiasme-masyarakat

Khairunnisa, A. Z. (2026). Peran generasi z sebagai penggerak dalam mengubah budaya anti korupsi di Indonesia melalui media digital. *Maliki Interdisciplinary Journal*, *4*(6). https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/26275

Latifah, A., Premitha, S., & Puspita, S. (2026). Menanamkan nilai kejujuran melalui pendidikan anti korupsi. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *11*(01), 106–113. https://doi.org/10.23969/jp.v11i01.42102

Machmud, M., Fatimah, J. M., 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

Masitha, N. I. (2026). Kampanye antikorupsi berbasis media sosial: Analisis peran mahasiswa dalam membangun kesadaran publik. *Maliki Interdisciplinary Journal*, *4*(6), 2444–2451. https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/26843

Nursalim, N., Sasmita, W., Fauziah, H. U., Andyastuti, E., Widodo, A., & Suratman, S. (2025). Penanaman pola asuh dan keteladanan orang tua terhadap pembentukan nilai anti korupsi anak di keluarga. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru, 10*(3), 2130–2139. https://doi.org/10.51169/ideguru.v10i3.2106

Salsabila, F. A., Fitriany, Gusvina, Hendri, M., Syaja'ah, N., Ersanov, P. F., Hambali, & Harahap, R. D. S. (2025). Analisis kejujuran akademik melalui praktik titip absen di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Riau. *IKRAITH-HUMANIORA, 9*(3), 618–628. https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/5787/4505

Syirfan, M. A., Pitaloka, A. D., Amalia, R., Davita, J. S., Fu'adah, S., Saputri, M. O. Y., Artyana, H. M., Adni, L., & Rochmawati, R. (2023). Konten meme sebagai media terkini sebagai upaya edukasi dan sosialisasi anti korupsi pada generasi muda Indonesia. *Jurnal Teknologi Pendidikan, 1*(2), 11. https://doi.org/10.47134/jtp.v1i2.121

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, *359*(6380), 1146–1151. https://doi.org/10.1126/science.aap9559

Yusuf, K. (2019). Kampanye antikorupsi melalui media sosial. *Prosiding COMNEWS 2019*, 186–203. https://proceeding.umn.ac.id/index.php/COMNEWS/article/view/1094/751