

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Korupsi memang sudah mengakar dan membudaya di Negara Indonesia, tidak membedakan golongan, jenis kelamin, taraf hidup masyarakat, umur, maupun kehidupan sosial. Mulai dari anak-anak hingga orang tua mengetahui tentang korupsi di Indonesia. Cermin perilaku ketidakjujuran, merupakan awal terjadinya korupsi. Korupsi harus diberantas sedini mungkin dari generasi yang paling muda demi kemajuan Bangsa Indonesia di masa depan yang bersih dan jujur.

Sebagai Tunas Bangsa, anak-anak merupakan cikal bakal tumbuhnya manusia-manusia baru, dengan Sumber Daya Manusia yang dibekali oleh pengalaman sejak kecil. Melalui Kampanye yang dibuat ini, diharapkan mampu menanamkan perilaku dan tindakan baik yang berkaitan dengan moral ataupun kejujuran demi mencegah timbulnya perilaku korupsi sejak dini.

Dalam pengerjaan Karya Tugas Akhir ini mulai dari pengumpulan data, studi literatur, hingga finishing, penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam meningkatkan Sumber Daya Manusia yang cermat akan bahaya korupsi dengan *target audience* anak-anak, dibutuhkan suatu pendekatan dan penyesuaian yang sederhana, unik, dan menarik dalam menyampaikan suatu pesan, agar *target audience* mudah dalam memahami dan memaknai setiap pesan yang diberikan. Pendekatan Komunikasi Visual sangat berpengaruh dalam memberikan stimulus kepada anak-anak. Dalam Kampanye ini memakai konsep kreatif dalam pendekatan suatu maskot, dengan harapan maskot yang bersosok jagoan

anti korupsi dapat mampu dicermati, dan dijadikan sosok yang bisa ditiru, dicontoh dan dijadikan teladan oleh anak-anak.

2. Dalam menanamkan budaya waspada korupsi kepada anak-anak diperlukan suatu pendekatan awal tentang bagaimana memberikan pemahaman tentang arti korupsi itu sendiri, dan cara mencermati bahaya korupsi. Dalam kampanye ini, anak-anak lebih diberikan pendekatan melalui nilai-nilai moral tentang kejujuran sebagai perilaku awal dalam menjauhi korupsi. Dan menjadikan kejujuran sebagai simbol budaya anti korupsi, dan ketidak jujur sebagai symbol perilaku korupsi yang harus dihindari dan dijauhi.
3. Dalam menyampaikan pesan dan poin-poin dari kampanye ini, aspek kejujuran dan moral-moral yang dikaitkan, lebih dcondongkan kepada faktor lingkungan sekitar dari *target audience* sebagai batasan ruang lingkup segmentasi kampanye, yang dimana pada kampanye ini, ruang lingkup lebih diarahkan kepada kehidupan sekolah, dan kehidupan sekitar dari *target audience*. Karena faktor lingkungan merupakan satu sisi yang paling dekat dengan sisi kepribadian dari seseorang dan perkembangan hidup seseorang di masa depan.

Dan pada akhirnya semoga laporan penelitian dan karya Tugas Akhir yang berupa kampanye ini bermanfaat bagi *target audience* dan mampu memposisikan diri untuk mampu menjadi sesuatu pelajaran yang berarti dalam lingkungan sekolah yang bisa dibawa dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam berperilaku jujur terhadap sesama untuk selalu diingat mulai dari sejak dini sampai masa yang akan datang agar generasi muda dapat menjadi penerus-penerus bangsa yang berkualitas dan mampu menjaga bangsa ini dari bahaya korupsi.