JIIH
JURNAL ILMIAH IPS DAN HUMANIORA
https://jurnalcendekia.id/index.php/jiih/
Volume: 2 No: 4 Bulan: November Tahun: 2024 | Hal: 114 – 120

ANALISIS KONSEP *CHILDFREE* PADA GENERASI MUDA

Alya Nazira[1]*, Dwi Fitri[2], Abdullah Akhyar Nasution[3], Zulfadli Ilmard[4]
Universitas Malikussaleh[1234]
***Email Corresponding**: alya.180240031@mhs.unimal.ac.id

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Analisis Konsep Childfree pada Kalangan Muda di Kabupaten Bireuen" bertujuan untuk memahami propaganda pesan childfree yang diterima pasangan muda di Kabupaten Bireuen melalui media sosial serta persepsi mereka pada konsep childfree. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori propaganda, data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur dan observasi non partisipan pada tiga pasangan suami istri muda di Kabupaten Bireuen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pasangan pertama, pesan childfree diterima melalui akun TikTok @Apodtik.id, menghasilkan kesepakatan dalam dua hari, dengan alasan finansial dan psikologis, serta mencegah kehamilan dengan KB implan. Pasangan kedua mendiskusikan pesan childfree dari TikTok @estherlubis dalam dua jam, bersepakat karena faktor ekonomi dan penyakit Hepatitis B, dan memilih alat kontrasepsi kondom untuk mencegah kehamilan. Pasangan ketiga terpapar pesan childfreee dari akun TikTok @dhimas_putra_nugraha, berdiskusi selama satu hari, dan memutuskan childfree karena faktor ekonomi dengan metode KB pil dan kondom. Ketiga pasangan muda menerima dan mempersepsikan konsep childfree sebagai solusi bagi pasangan dengan keterbatasan finansial dan kondisi kesehatan mental atau fisik.

Kata kunci: analisis, konsep, *childfree*, generasi muda

PENDAHULUAN

Fenomena Childfree telah menjadi budaya biasa di negara-negara Eropa dan Amerika sejak abad ke-16, dipicu oleh wanita yang fokus pada karir dan menghindari pernikahan muda. Tren ini terus bertahan, terutama dengan kemajuan teknologi kontrasepsi yang membantu mengontrol angka kelahiran. Di Jepang, pilihan untuk Childfree juga meluas karena pasangan muda ingin mempertahankan produktivitas kerja dan menghilangkan budaya patriarki. Di Indonesia, fenomena Childfree muncul sebagai topik hangat, terutama setelah influencer seperti Gitasav menyuarakan pandangan ini di media sosial, meskipun masih menimbulkan kontroversi, khususnya di masyarakat yang religius seperti Aceh.

Akan tetapi di Aceh juga terdapat beberapa pasangan muda yang memilih menjalani konsep pernikahan Childfree karena berbagai alasan. Bahkan di Kabupaten Bireuen yang dikenal sebagai "Kota santri" dan kental dengan syariat Islam, terdapat tiga pasangan suami istri muda yang memutuskan Childfree meski berhadapan dengan sikap mayoritas yang kontra. Fenomena Childfree di Kabupaten Bireuen tentunya dipengaruhi oleh media sosial dalam menyebarkan pesan Childfree, sehingga menarik untuk dikaji dari perspektif propaganda. Penelitian ini bertujuan mengungkap komunikasi propaganda dalam pesan Childfree di media sosial yang diterima pasangan muda di

JIIH
JURNAL ILMIAH IPS DAN HUMANIORA
https://jurnalcendekia.id/index.php/jiih/
Volume: 2 No: 4 Bulan: November Tahun: 2024 | Hal: 114 – 120

Bireuen serta persepsi mereka terhadap pesan tersebut, dengan menggunakan wawancara semi-terstruktur untuk mengumpulkan data yang mendalam.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang memakai teknik pengumpulan data observasi non partisipan, wawancara semi terstruktur dan juga dilengkapi dengan hasil dokumentasi. Adapun untuk membantu menggambarkan dan menganalisis data, penelitian ini menggunakan teori propaganda. Penelitian ini melibatkan 5 orang informan yang terdiri dari 3 orang berstatus istri dan 2 orang berstatus suami untuk melengkapi data informasi tentang penerimaan propaganda Childfree dan persepsi masing-masing pasangan suami istri di Kabupaten Bireuen ini pada konsep Childfree. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Propaganda Pesan *Childfree* yang Diterima oleh Pasangan Muda di Kabupaten Bireuen

Pasangan 1

Dalam penelitian ini, propaganda pesan *Childfree* yang pertama diterima oleh pasangan yang berinisial F (Suami) dan D (Istri) dari postingan video akun Tiktok @apodtik.id. Awalnya, informan berinisial D menerima propaganda pesan Childfree berdasarkan konten yang "FYP" secara random di Tiktoknya sejak 3 bulan sebelum diwawancarai oleh peneliti dengan cara menyukai dan menyimpan sebagai konten favorit. Kemudian D (Istri) sempat mengomentari postingan tersebut soal persetujuannya tentang konsep *Childfree* yang disampaikan dalam VT tersebut, tapi komentar itu telah dihapus agar tidak dicemooh tetangganya.

"*… untung kemarin sempat kakak like sama favoritkan, biar bisa kakak perlihatkan ke bang F nanti. Satu jam pas mau tidur malam kami obrolin tentang Childfree, eh malah lupa kasih liat VT, karena asik berdebat…* " (Wawancara 28 Maret 2024).

Itu artinya pasangan ini sudah masuk ke fase *Agreement* (kesepakatan) setelah satu jam dalam satu hari berdiskusi. Lalu D memperlihatkan VT yang berisi pesan tentang konsep *Childfree* tersebut kepada F keesokan harinya, sehingga F mulai setuju pada konsep *Childfree* yang dimaksud dalam postingan Tiktok tersebut. Tak hanya itu, pasangan ini juga melalui fase *Acceptance* (penerimaan) setelah 2 hari berdiskusi dengan sama-sama menonton VT konsep *Childfree* dari akun @apodtik.id. Informan D (istri) mengakui jika pihak keluarganya memang tak terlalu mempermasalahkan keputusan *Childfree* mereka, karena dari awal menikah, ibu kandungnya sudah menyarankan agar tak punya anak dulu. Tetapi setelah diberitahukan kepada mertuanya, ibu dari informan F (suami) awalnya tak setuju pada keinginan mereka untuk *Childfree*. Karena mertuanya masih berpikiran seperti orang pada umumnya yang menikah untuk punya anak. Namun selang beberapa minggu, ibu dari informan F tak terlalu mempermasalahkan lagi setelah melihat kondisi ekonomi anak dan menantunya. Adapun Video Tiktok dari akun @apodtik.id yang berisi pesan *Childfree* tersebut berdurasi hingga 59 detik. Adapun pada video Tiktok tersebut terdapat isi pesan;

"*Kami dari 1 sampai 9 tahun sedikitpun nggak kepikiran untuk punya anak…, karena keadaan…, makan saja susah buat provide…, kami berdua aja, makan sehari dua kali aja, struggling…,*"
(Transkrip dialog narasumber *Childfree* di VT akun Tiktok @apodtik.id).

JIIH
JURNAL ILMIAH IPS DAN HUMANIORA
https://jurnalcendekia.id/index.php/jiih/
Volume: 2 No: 4 Bulan: November Tahun: 2024 | Hal: 114 – 120

Berdasarkan pengakuan dari Informan berinisial F dan observasi peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa postingan video akun Tiktok @apodtik.id, merupakan jenis *Black Propaganda* dengan teknik propaganda Testimonial. Dalam menampilkan propaganda pesan *Childfree*, akun @apodtik.id secara terang-terangan menyasar audiens. Video postingan tersebut menunjukkan narasumber yang memang sudah lama memilih dan menjalani kehidupan *Childfree*.

Pasangan 2

Kemudian, ada kronologi penerimaan propaganda pada pesan *Childfree* oleh pasangan muda yang berinisial P (Suami) dan N (istri) dari postingan video akun Tiktok @estherlubis. Informan berinisial N (istri) awalnya menonton VT tersebut yang lewat di berandanya saat sedang scrolling Tiktok. Informan N (istri) merespon bahwa pesan *Childfree* tersebut sama seperti yang ia inginkan selama ini, makanya N (istri) mengklik tombol *Like* dan Favorit untuk menyimpan VT tersebut untuk didiskusikan setelah suaminya pulang ke rumah. Saat sedang mendiskusikan tentang ide untuk *Childfree*, N (istri) mengutarakan kepada suaminya jika ia ingin memilih *Childfree* dengan serius, karena tak mau anaknya tertular penyakit Hepatitis yang sedang dideritanya.

"... apalagi kakak sendiri juga divonis menderita Hepatitis yang berpotensi menular ke anak, takutnya kakak jadi tambah dosa ..." (Wawancara 28 Maret 2024).

Kemudian suaminya menonton VT tersebut, suaminya (P) merespon bahwa konsep *Childfree* yang disampaikan oleh kreator ada benarnya juga, karena ia sendiri juga belum punya penghasilan tetap. Lalu P (suami) sempat mempertanyakan kembali kepada istrinya apakah istrinya sudah benar-benar yakin ingin pilih *Childfree*, lalu istrinya menjawab iya. Itu artinya keluarga ini sudah di fase *Agreement* (kesepakatan) dan fase *Acceptance* (penerimaan) dalam kurun waktu 2 jam berdiskusi.

"*… kreator ini ada benarnya juga ya. kan ekonomi abang masih kurang, terus nanti kalau misalnya anak lahir terus ikutan sakit. Kan kasian istri dan anak abang…*" (Wawancara 28 Maret 2024).

Setelah berdiskusi selama 2 jam, pasangan ini sama-sama sepakat dan saling menerima alasan masing-masing untuk *Childfree*. Keluarga ini menjalani konsep *Childfree* dengan cara menggunakan alat kontrasepsi kondom seperti sebelum memutuskan *Childfree*. Karena sebelum menikah, keluarga ini memang sudah sepakat untuk menunda anak. Hal itu, tentu menjadi penyebab kenapa pasangan muda ini mudah terpengaruh oleh pesan *Childfree* yang mereka terima dari akun Tiktok @estherlubis. Adapun Video dari media sosial Tiktok yang diterima oleh keluarga P dan N pada akun Tiktok @estherlubis dan berdurasi sampai 59 detik. Pada video Tiktok tersebut terdapat isi pesan :

"*... alasan Childfree yang pertama itu biasanya karir itu tidak memungkinkan untuk mereka punya anak, realistis dong daripada membebankan dan justru nanti anak lu yang enggak makan. Dan yang kedua, biasanya itu karena punya sakit keturunan yang nggak mau diturunkan lagi ke anak mereka. Dan itu justru self reason bukan selfish, dan yang ketiga itu kesepakatan…*" (Transkrip pernyataan kreator akun Tiktok @estherlubis).

Berdasarkan isi pesan *Childfree* tersebut, pasangan suami istri yang berinisial P (Suami) dan N (Istri) terpengaruh dan memutuskan *Childfree* karena mempertimbangkan kembali faktor finansial dan penyakit hepatitis B yang diderita sang istri. Dimana penyakit Hepatitis B dapat ditularkan

JIIH
JURNAL ILMIAH IPS DAN HUMANIORA
https://jurnalcendekia.id/index.php/jiih/
Volume: 2 No: 4 Bulan: November Tahun: 2024 | Hal: 114 – 120

kepada anak bahkan sejak dalam kandungan. Pesan *Childfree* yang disampaikan pada akun Tiktok username @estherlubis, merupakan teknik propaganda *Card Stacking.* Karena sang kreator terlihat menyampaikan argumennya tentang faktor *Childfree* agar khalayak memperhatikan dan memahami faktor-faktor seseorang memilih *Childfree* secara lebih luas sesuai dengan dimaksud kreator. Selain itu, pesan *Childfree* dalam postingan ini merupakan jenis *Grey* Propaganda, karena sang kreator tak menyebutkan sumber pesan *Childfree* yang jelas.

Pasangan 3

Lalu keluarga muda yang berinisial S (Istri) dan H (Suami) menerima propaganda pesan *Childfree* melalui akun Tiktok @dimas_putra_nugraha sejak bulan Mei 2023. Informan S mengakui kalau ia diajak oleh suaminya untuk memilih *Childfree* saja, yang ditandai dengan dikirimnya link VT tersebut kepada S. Informan S juga mengungkapkan bahwa suaminya lebih setuju untuk memutuskan *Childfree* daripada mereka harus menunda anak terus.

> *"... awalnya saya dikirimi link Tiktok itu sama suami saya (H) bulan 5, tahun kemarin..., dia lebih setuju sama kreator ini..., saya dan suami masih miskin, artinya kalau mau ngasuh anak itu susah, pemerintah Indonesia nggak akan mau menjamin kehidupan anak kami sampai dewasa nanti..."*
> (Wawancara 30 Maret 2024).

Informan S mengaku, jika ia dan suaminya sering mendiskusikan tentang *Childfree* semenjak menonton VT itu lewat telepon, *Chattingan*, maupun *Video call* selama beberapa hari. Disana suaminya mendiskusikan tentang keadaan mereka yang masih hidup dibawah garis kemiskinan, S juga awalnya sudah berkeinginan menunda anak untuk fokus kuliah. S juga mengungkapkan tentang keraguan mereka pada pemerintah untuk mengatasi masalah kemiskinan mereka sampai ke akarnya. Ini menandakan bahwa mereka sudah melalui fase *Agreement*. Sehingga S pun setuju untuk memutuskan *Childfree* setelah menonton VT dan berdiskusi dengan suaminya selama tiga hari. Ini artinya keluarga ini sudah di fase *Acceptance* (penerimaan) sebagai pemilih *Childfree*.

Informan S mengungkapkan bahwa di awal pernikahan, mereka sering memakai kondom dan membuang sperma di luar, karena sudah sepakat menunda anak. Namun saat ia menyusul suaminya, kadang menggunakan pil KB, kadang juga menggunakan kontrasepsi kondom. Ini menunjukkan bahwa mereka juga sudah ada pada fase *Closing the door.* Pesan *Childfree* yang disampaikan pada akun Tiktok bernama @dimas_putra_nugraha merupakan jenis propaganda *Card Stacking* (Penumpukan kartu). Karena sang kreator terlihat membandingkan kehidupan orang miskin yang banyak anak di Indonesia dan orang kaya yang memilih *Childfree* atau sedikit anak. Lalu sang kreator juga terlihat membandingkan antara kebijakan pernikahan Pemerintah Norwegia dan Indonesia.

Persepsi Pasangan Muda di Kabupaten Bireuen pada Konsep *Childfree*

Dalam menerima propaganda pesan *Childfree* dari setiap akun Tiktok, tentu setiap keluarga atau informan memiliki persepsi masing-masing terhadap pesan *Childfree* yang disampaikan dalam konten tersebut. Dalam hal ini, semua keluarga muda di Kabupaten Bireuen memberikan keterangan berbeda tentang persepsi mereka.

Pasangan 1

Pasangan suami (F) dan istri (D) mempersepsikan bahwa memiliki anak itu butuh kesiapan mental dan ekonomi agar tidak terulang lagi hal-hal buruk seperti yang mereka alami waktu kecil bersama orang tua masing-masing. Sedangkan pasangan ini belum siap secara mental dan ekonomi, sehingga membuat mereka terpengaruh oleh propaganda *Childfree* yang mereka terima dari Tiktok.

JIIH
JURNAL ILMIAH IPS DAN HUMANIORA
https://jurnalcendekia.id/index.php/jiih/
Volume: 2 No: 4 Bulan: November Tahun: 2024 | Hal: 114 – 120

"*... menurut kami, Childfree itu pilihan yang baik buat pasangan yang nggak siap ngurus anak secara mental dan ekonomi kayak kami, daripada apnaknya ikutan stres...*" (Wawancara 28 Maret 2024).

Pasangan berinisial F (Suami) dan D (Istri) memilih *Childfree* karena faktor Finansial yang tidak stabil dan psikologis. Pasangan ini memilih *Childfree* setelah memahami dan terpengaruh alasan *Childfree* narasumber dalam VT yang merupakan propaganda pesan *Childfree* pada akun Tiktok @apodtik.id.

Jika finansial dan psikis tidak stabil, semua pasangan suami istri yang mengalaminya pasti merasa kesulitan mengasuh anak. Sehingga kerap kali kita temui banyak pasangan cekcok dan menelantarkan anaknya karena masalah ekonomi dan psikis. Bahkan banyak sekali anak yang menjadi korban pelampiasan amarah orang tuanya, hanya karena faktor ekonomi dan psikis.

Pasangan 2

Selain itu, terdapat keluarga suami istri yang berinisial P (Suami) dan N (Istri) yang memutuskan *Childfree* karena faktor finansial dan kesehatan sang istri. Tapi keluarga ini percaya pada propaganda pesan *Childfree* yang disampaikan pada akun Tiktok bernama @estherlubis. Dalam hal ini, informan berinisial N (Istri) menjelaskan bahwa:

"*... Childfree itu pilihan yang tepat bagi pasangan yang punya riwayat penyakit dan miskin kayak kami ini...*" (Wawancara 29 Maret 2024).

Setiap pasangan yang hidup miskin dan menderita penyakit Hepatitis, seperti P dan N, pasti akan merasa tersiksa lahir batin. Apalagi jika mereka punya anak yang pastinya akan sangat merepotkan bagi orang tuanya maupun bagi anak jika lahir. Karena penyakit Hepatitis B merupakan jenis penyakit virus yang dapat ditularkan kepada anak dan orang terdekat lainnya melalui darah, ASI, Air liur, dan air mani atau *madzi* tanpa kondom.

Pasangan 3

Kemudian terdapat keluarga muda yang memilih *Childfree* dan menerima propaganda pesan *Childfree* pada akun @dimas_putra_nugraha. Karena faktor pendidikan istri dan faktor ekonomi yang mengharuskan sang suami merantau ke negeri Jiran. Maka dalam hal ini, hanya sang istri berinisial S yang dapat menjelaskan bahwa;

"*... jadi, menurut saya dan suami, pilihan Childfree itu cocok buat pasangan yang belum siap ngurus anak karena miskin, walaupun gak semua pasangan berpikiran sama...*" (Wawancara 30 Maret 2024).

Dari keterangan masing-masing keluarga muda di Kabupaten Bireuen ini, maka dapat disimpulkan bahwa mereka menerima propaganda pesan *Childfree* dengan menerapkan ke dalam pernikahan mereka. Dalam hal ini, setiap pasangan muda di Kabupaten Bireuen pastinya tak sembarangan memutuskan Childfree. Seperti pasangan F dan D yang butuh waktu sampai 2 hari untuk mendiskusikan tentang konsep *Childfree* karena ekonomi dan psikis, seperti dijelaskan dalam pesan *Childfree* di VT akun @apodtik.id. Sedangkan pasangan P dan N mendiskusikan konsep *Childfree* selama 2 jam dalam satu hari, karena punya masalah penyakit dan ekonomi seperti dijelaskan dalam pesan *Childfree* di VT akun @estherlubis. Lalu ada pasangan S dan H yang mendiskusikan *Childfree* secara virtual selama 3 hari karena masalah ekonomi yang sedang mereka alami, seperti dijelaskan dalam pesan *Childfree* di VT akun @dimas_putra_nugraha.

KESIMPULAN

Pendidikan Pancasila memainkan peran yang sangat penting dalam upaya pencegahan korupsi di kalangan generasi muda. Melalui nilai-nilai moral yang terkandung dalam Pancasila, pendidikan ini dapat membentuk karakter dan sikap etis yang diperlukan untuk menghadapi tantangan sosial dan politik. Hasil kajian menunjukkan bahwa penguatan pendidikan Pancasila, baik di dalam kelas maupun di lingkungan sosial, mampu menanamkan kesadaran dan kepedulian terhadap bahaya korupsi.Implementasi yang efektif dari pendidikan Pancasila memerlukan kurikulum yang relevan dan menarik, serta metode pengajaran yang interaktif. Dengan melibatkan generasi muda dalam pengalaman nyata dan kegiatan sosial, pendidikan Pancasila dapat menginspirasi mereka untuk bertindak dengan integritas dan menjauhi praktik korupsi. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak guru, orang tua, dan masyarakat untuk bekerja sama dalam menciptakan lingkungan yang mendukung dan memperkuat nilai-nilai Pancasila, guna membentuk generasi yang berkarakter dan bertanggung jawab.

REFERENSI

Adiba, V. Penanaman Nilai Anti Korupsi Di Kalangan Generasi Muda Sebagai Agen Pembawa Perubahan.

Aryadi, L. S. P. (2023). Pendidikan Anti Korupsi Pada Mahasiswa Generasi Z.

Aziza, S. N. (2022). Pentingnya Pendidikan Anti Korupsi Terhadap Mahasiswa. JUSTICES: Journal of Law, 1(1), 46-54.

Dewi, G. K. S. (2022). Mencegah Dan Memberantas Potensi Adanya Korupsi Melalui Pemberian Pendidikan Anti Korupsi Di Lembaga Pendidikan. Jurnal Ilmu Hukum Sui Generis, 2(4), 123-133.

Halimah, L., Fajar, A., & Hidayah, Y. (2021). Pendidikan anti korupsi melalui mata kuliah Pancasila: tingkatan dalam memahami kejujuran. Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan, 5(1), 1-14.

Hasanah, U. (2021). Implementasi nilai-nilai Pancasila di kalangan generasi millenial untuk membendung diri dari dampak negatif revolusi indutri 4.0. Pedagogy: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 8(1), 52-59.

Hofi, M. A. (2024). Membentuk Karakter Anti Korupsi pada Generasi Muda dengan Nilai-Nilai Luhur Pancasila. Politika Progresif: Jurnal Hukum, Politik dan Humaniora, 1(2), 333-343.

Hutabarat, S. A. (2021). Implementasi Nilai-Nilai Pendidikan Antikorupsi Pada Mata Kuliah Pancasila di Universitas Budi Darma Medan. Jurnal Citizenship Virtues, 1(2), 98-104.

Kristiono, N. (2018). Penanaman karakter anti korupsi melalui mata kuliah pendidikan anti korupsi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. Jurnal Hibualamo: Seri Ilmu-Ilmu Sosial Dan Kependidikan, 2(2), 51-56.

Lestari, E. Y., Janah, M., & Wardanai, P. K. (2019). Menumbuhkan kesadaran nasionalisme generasi muda di era globalisasi melalui penerapan nilai-nilai Pancasila. ADIL Indonesia Journal, 1(1).

Marsaulina, M., Nurrizqy, M. R., Fikra, N., Qanitah, N., Bilita, R. S., & Muhammad, A. S. (2022). UPAYA DALAM MENUMBUH KEMBANGKAN JIWA ANTI KORUPSI PADA PESERTA DIDIK SMP NEGERI 10 TANJUNG PINANG. Takzim: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(1), 41-52.

Nur, S. M. (2021). Penerapan pendidikan anti korupsi kepada siswa Sekolah Dasar. Jurnal Ilmu Pendidikan, 6(2), 111-112.

Pamadi, M., Savitri, A., Sim, J. H., Ningrum, S. I., Kordelia, E. E., Wardani, A. N., & Tanisya, F. (2022, September). Kesadaran Anti Korupsi bagi Generasi Muda di SMAK Yos Sudarso Batam. In National Conference for Community Service Project (NaCosPro) (Vol. 4, No. 1, pp. 115-119).

Putri, E. D. (2024). DAMPAK PENDIDIKAN ANTI KORUPSI TERHADAP SIKAP DAN PERILAKU GENERASI MUDA DI ERA DIGITAL. Sindoro: Cendikia Pendidikan, 7(4), 31-40.

Shalehafilah, J., Purnama, D. M., Adrian, M. D., & Hidayat, R. (2022). PENDIDIKAN ANTI KORUPSI UNTUK GENERASI MUDA. Jurnal Hukum DE'RECHTSSTAAT, 8(2).

Syawang, S. D. A., Iskandar, M. I., Turnip, C. E. L., Luthfiadi, D. H., Gustiansyah, H. P., Falhadi, M. M., & Furnamasari, Y. F. (2024). Membentengi Generasi Muda: Penanaman Nilai-Nilai Pancasila untuk Mencegah Korupsi. Indo-MathEdu Intellectuals Journal, 5(2), 2353-2364.

Tirtoni, F. (2022). Implementasi Nilai-Nilai Pancasila Sebagai Karakter Dasar Generasi Muda: Di Era Society 5.0. INVENTA: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar, 6(2), 210-224.

Wibowo, A. (2022). KESADARAN GENERASI MUDA DALAM MEWUJUDKAN TINDAKAN ANTI KORUPSI SEBAGAI AGENT PERUBAHAN UNTUK INDONESIA LEBIH MAJU. Ganesha Civic Education Journal, 4(2), 269-277.

Wijaya, B. A., Setiawan, F. V., & Santoso, A. H. (2024). Mewujudkan Sikap Bela Negara pada Generasi Muda dengan Menghindari 4 Dosa Pendidikan. WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 2(2), 253-259.