

Perancangan Kampanye Tangan Mungil untuk ISCO Foundation

Adiel Calvin Cahyadi

Visual Communication Design, Desain, Universitas Ciputra
acahyadi02@student.ciputra.ac.id

Miranda Setiabudi

Visual Communication Design, Desain, Universitas Ciputra
msetiabudi02@student.ciputra.ac.id

Samuela Yosafa

Visual Communication Design, Desain, Universitas Ciputra
syosafaisabel@student.ciputra.ac.id

Aldo Budianto

Visual Communication Design, Desain, Universitas Ciputra
abudianto01@student.ciputra.ac.id

Abhina Salma

Visual Communication Design, Desain, Universitas Ciputra
abhinasalma01@student.ciputra.ac.id

ABSTRAK

Rendahnya tingkat kesadaran masyarakat tentang pentingnya pendidikan dan penelantaran hak anak, kini menjadi masalah utama yang dari dulu dapat kita temui. Memang saat ini jumlah partisipan pendidikan telah naik, tapi ternyata dari tahun ke tahun jumlah anak putus sekolah masih berjumlah sangat banyak. Berbagai masalah mulai dari penelantaran pendidikan, pernikahan anak, hamil diluar nikah, pemerkosaan, pekerja anak, dan masih banyak lagi dapat dengan mudah kita temui. Melihat kondisi tersebut maka perlu diadakannya kampanye sosial yang bertujuan agar mampu membangun awareness kepada masyarakat tentang pentingnya pendidikan bagi anak, serta untuk mengurangi/menghapus anak jalanan atau pekerja anak, dan juga diharapkan dapat menarik banyak donatur agar turut berpartisipasi dalam menyelamatkan masa depan generasi penerus bangsa Indonesia dengan membangun awareness kepada masyarakat sekitar.

Berdasarkan masalah dan tujuan dari campaign ini, maka strategi yang akan dilakukan yaitu menjadikan campaign ini sebagai wadah agar memudahkan orang orang untuk berdonasi dan mengenal ISCO serta lebih paham dengan pentingnya anak untuk memperoleh hak hak nya, memberikan merchandise bagi para donatur, merchandise yang dibagikan tidak hanya untuk tujuan promosi ISCO, tapi juga merchandise yang berguna dan mampu mengedukasi masyarakat serta mengaktifkan instagram ISCO dengan membagikan konten konten yang edukatif dan informasi terupdate seputar ISCO. Tingkat kepedulian masyarakat tentang pendidikan anak sangatlah rendah maka Hasil dari kampanye Tangan

Mungil berupa media promosi dan edukasi melalui website dan sosial media serta booth dan merch diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya Edukasi bagi anak serta simpati dan empati untuk lebih peduli terhadap masa depan generasi bangsa Indonesia.

Kata Kunci: awareness, kampanye sosial, permasalahan anak, pendidikan, edukasi, anak jalanan.

PENDAHULUAN

Kemiskinan dan putus sekolah, merupakan masalah utama yang kerap kali terjadi terutama di beberapa negara berkembang, salah satunya yaitu Indonesia. Salah satu dampak dari masalah ini yaitu semakin tingginya jumlah anak jalanan dan anak putus sekolah yang terpaksa harus berhenti untuk mendapatkan pendidikan. Masa kanak-kanak merupakan waktu yang seharusnya digunakan untuk bermain dan belajar, untuk mempersiapkan masa depannya. Tapi pada faktanya, dikarenakan tuntutan ekonomi justru anak-anak lebih memilih untuk bekerja dibandingkan memperoleh pendidikan. Banyak orang yang masih menganggap bahwa sekolah bukanlah hal yang penting dan hanya membuang-buang waktu. Karena masih rendahnya tingkat kesadaran masyarakat tentang pentingnya pendidikan, maka akhir-akhir ini sudah dapat ditemui kampanye tentang pentingnya pendidikan agar anak-anak memiliki masa depan yang lebih cerah. Oleh karena itu, pada tahun 1999 telah berdiri sebuah organisasi non-profit. Atas visi dan misi "Untuk memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anak untuk memperoleh pendidikan, pengakuan dan harapan di masa depan," dengan nama ISCO Foundation yang merupakan organisasi non-pemerintah yang fokus membantu anak-anak miskin kota agar memperoleh pendidikan dan mengembangkan diri mereka. Tercatat data jumlah anak yang dibantu oleh ISCO Foundation ada 5793 jiwa semenjak didirikannya pada 1999, angka tersebut terus meningkat seiring berjalannya waktu dan besarnya kesadaran dari masyarakat lain yang akhirnya menjadi donatur.

Walau memang sulit untuk mengadakan donasi kepada para anak ISCO di masa pandemi ini, maka pergerakan seperti kampanye diharapkan untuk dapat menarik simpati dan empati dari masyarakat. Data UNICEF tahun 2016 sebanyak 2,5 juta anak Indonesia tidak dapat menikmati pendidikan lanjutan yakni sebanyak 600 ribu anak usia sekolah dasar (SD) dan 1,9 juta anak usia Sekolah Menengah Pertama (SMP). Sebanyak 47,3 persen responden menjawab tidak bersekolah lagi karena masalah biaya, kemudian 31 persen karena ingin membantu orang tua dengan bekerja, serta 9,4 persen karena ingin melanjutkan pendidikan nonformal seperti pesantren atau mengambil kursus keterampilan lainnya.

Kampanye Sosial

Kampanye, menurut Rogers dan Storey, merupakan sebuah usaha dan tindakan berkomunikasi yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang kepada suatu kelompok lain untuk mendapatkan efek tertentu yang dilakukan secara terorganisasi (Rogers dan Storey, 1987). Pakar komunikasi Rice dan Paisley menyebutkan bahwa kampanye merupakan keinginan seseorang untuk mempengaruhi opini

individu dan publik, kepercayaan, tingkah laku minat, serta keinginan audiens dengan daya tarik komunikator yang sekaligus komunikatif (Rice dan Paisley, 1981). Menurut Pfau dan Parrot kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada periode waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah diterapkan (Pfau dan Parrot, 1993).

Secara spesifik, kampanye sosial merupakan sebuah bentuk usaha untuk mengkomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang isu-isu sosial kemasyarakatan dan juga biasanya bersifat non-komersil. Tujuan dari kampanye sosial sendiri adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan isu-isu sosial kemasyarakatan yang sedang terjadi (Ramlan, 2006).

Kampanye tidak akan terwujud jika tidak ada kepedulian, Menurut Wardhani kepedulian dapat disimpulkan bahwa bentuk-bentuk kepedulian masyarakat diantaranya yaitu sebagai berikut (Wardhani,2010).

A. Memberi bantuan berupa sandang, pangan dan kesehatan

Sandang, pangan dan kesehatan merupakan kebutuhan yang setiap harinya dibutuhkan oleh manusia tanpa terkecuali. Hal ini menyangkut makanan, pakaian, dan masih banyak lagi. Sedangkan bantuan kesehatan bisa berupa membantu biaya berobat ketika seseorang sedang sakit.

B. Memberikan perhatian dan kasih sayang

Tidak hanya sandang, pangan, dan kesehatan hal lain yang tidak kalah penting yaitu kasih sayang, Seperti orang tua yang memberikan perhatian dan kasih sayang kepada anaknya. Jika seseorang peduli, ia tentunya juga akan memberikan kasih sayang dan perhatian kepada orang yang ia pedulikan.

C. Membiayai pendidikan

Salah satu contoh nyata kepedulian adalah membantu membiayai pendidikan, Pendidikan merupakan hal yang sangat penting karena mempengaruhi masa depan seseorang dan masa depan bangsa itu sendiri. Karena secara tidak langsung, anak-anak merupakan generasi penerus bangsa dan sudah seharusnya memperoleh pendidikan yang layak agar bangsa Indonesia memiliki masa depan yang jauh lebih baik.

Fungsi Kampanye

Berikut merupakan beberapa fungsi dari kampanye, Agar suatu kelompok lebih peka dalam menanggapi suatu pesan yang disampaikan dalam kampanye, maka dalam pembuatan kampanye harus setidaknya memiliki beberapa fungsi (Drs. Antar Venus, MA, 2012), yaitu:

1. Sebagai sarana yang dapat mengubah pola pikir masyarakat
2. Mencapai tujuan dengan mengunggah kesadaran dan pendapat suatu kelompok terhadap isu tertentu
3. Mengembangkan usaha dan membujuk suatu kelompok untuk membeli produk

- yang dipasarkan
4. Membangun citra positif disuatu kelompok.

Jenis Kampanye

Berdasarkan jenisnya kampanye dikategorikan menjadi tiga antara lain, sebagai berikut: (Charles U. Larson, 1992)

1. *Product-oriented campaigns* atau kampanye yang berorientasi kepada produk dan umumnya terjadi pada bisnis komersil, bertujuan untuk memperkenalkan serta memasarkan produk yang baru juga agar terbangun citra yang positif dari sebuah perusahaan dengan menyelenggarakan kegiatan sosial dan program kepedulian. Istilah lain dari jenis kampanye ini adalah *commercial campaigns*
2. *Candidate-oriented campaigns* atau nama lainnya adalah *political campaigns* kampanye yang bertujuan untuk meraih dukungan-dukungan masyarakat terhadap para calon kandidat yang telah diajukan oleh partai politik agar menduduki jabatan-jabatan politik tertentu
3. *Ideologically or cause-oriented campaigns* atau kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat tentang perubahan sosial. Cakupan daripada kampanye ini sangat luas baik dalam bidang kesehatan, lingkungan, pendidikan dan lain-lain. Kampanye ini biasa disebut dengan *social change campaigns* dan kampanye tersebut bersifat non-komersial.

Dari rincian jenis-jenis kampanye tersebut, Tangan Mungil termasuk dalam kampanye yang berjenis *Ideologically or cause-oriented campaigns* atau kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat tentang perubahan sosial. Kampanye ini memiliki tujuan yang jelas dan spesifik akan adanya perubahan berdimensi sosial yang secara langsung maupun tidak langsung melibatkan lapisan masyarakat. Kampanye Tangan mungil berencana untuk menggunakan beberapa media komunikasi, mulai dari Kampanye elektronik hingga tatap muka.

METODOLOGI

Menurut Saryono (2010), Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

Penelitian Kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Adapun teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara yang menggunakan cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab dengan sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan tujuan penelitian (Marzuki, 2005). Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan dan mendapatkan data secara langsung. Wawancara dilakukan dengan pihak ISCO dalam mendapatkan data. Lalu selanjutnya terdapat pengumpulan data dengan menggunakan metode studi pustaka, yaitu merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan

melakukannya kegiatan kepastakaan melalui jurnal-jurnal, penelitian terhadap website ISCO yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

PEMBAHASAN

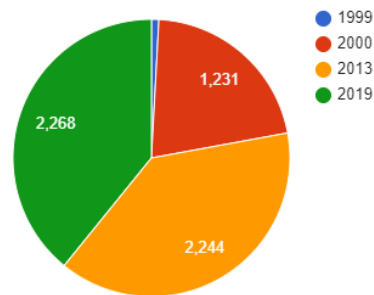
Berbagai masalah terjadi dikarenakan masalah kemiskinan di Indonesia, menurut Supriatna Ia menjelaskan bahwa kemiskinan adalah situasi yang serba terbatas yang terjadi bukan atas kehendak orang yang bersangkutan. Suatu penduduk dikatakan miskin bila ditandai oleh rendahnya tingkat pendidikan, produktivitas kerja, pendapatan, kesehatan dan gizi serta kesejahteraan hidupnya, yang menunjukkan lingkaran ketidakberdayaan. Kemiskinan bisa disebabkan oleh terbatasnya sumber daya manusia yang ada, baik lewat jalur pendidikan formal maupun nonformal yang pada akhirnya menimbulkan konsekuensi terhadap rendahnya pendidikan informal (Supriatna, 1997). Berdasarkan data tercatat 15 Desember 2020 oleh Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS), Indonesia masih memiliki 67,368 anak jalanan tersebar di seluruh daerah. Pada tahun 1998, tercatat persebaran jumlah penduduk miskin di Indonesia menyentuh angka 24,2% sedangkan 20 tahun kemudian yakni pada 2018, tercatat persentasenya menurun menjadi 9,82%. Walaupun persentase jumlah penduduk miskin di Indonesia sudah berkurang bertahap namun banyak semenjak 1998, bukan berarti tidak ada sama sekali masyarakat miskin yang memerlukan bantuan, terutama di ranah anak kecil. Ditambah fakta bahwa Indonesia memiliki populasi anak terbesar keempat di dunia. Masalah ini tidak hanya berdampak pada keekonomian negara Indonesia, tapi juga sangat berdampak kepada nasib dan masa depan anak-anak karena tidak dapat memperoleh haknya dengan baik.

Salah satu dampak dari adanya kemiskinan yaitu dengan banyaknya anak-anak yang harus menghentikan pendidikannya dan beralih menjadi anak jalanan. Anak jalanan merupakan masalah umum yang kerap terjadi di kota-kota besar diseluruh Indonesia, Anak jalanan adalah anak yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk melakukan kegiatan hidup sehari-hari di jalanan, baik untuk mencari nafkah atau berkeliranan di jalan dan tempat-tempat umum lainnya (Purwoko, 2013). Menurut pendapat peneliti, banyaknya remaja yang memilih menjadi anak jalanan untuk mendapatkan uang bagi dirinya dan untuk membantu perekonomian keluarga adalah remaja yang memiliki pendidikan rendah. Teori tersebut didukung oleh Mubarak yang menyatakan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang makin mudah pula bagi mereka untuk menerima informasi dan makin banyak pula yang dimiliki. Sebaliknya, maka tingkat pendidikan akan semakin rendah (Mubarak, 2007). Melihat hal tersebut, maka berdirilah ISCO yang merupakan sebuah organisasi non-pemerintah yang fokus membantu anak-anak miskin kota dalam memperoleh pendidikan dan memaksimalkan potensi mereka sebagai pribadi yang peduli, produktif, dan bertanggung jawab.

Oleh karena itu dibuatlah kampanye tangan mungil yang bertujuan untuk memperkenalkan ISCO kepada masyarakat dan memberikan informasi seputar masalah yang terjadi pada anak-anak ISCO, dan apa saja upaya yang telah ISCO lakukan untuk membantu anak-anak agar memperoleh haknya. Berikut merupakan

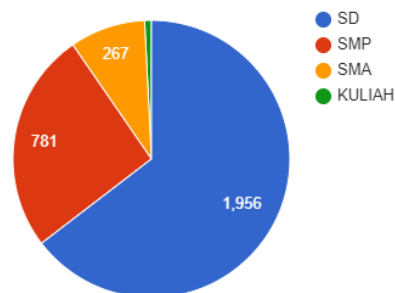
data anak anak yang telah ISCO bantu selama ini.

Diagram jumlah anak yang telah dibantu oleh ISCO selama ini



Selain itu, terjadi banyak peningkatan jumlah anak yang ISCO bantu, terutama pada tahun 2019-2020. Hal ini disebabkan karena ISCO semakin melebarkan sayapnya untuk membantu anak anak yang membutuhkan bantuan, yang sebelumnya hanya terbatas di daerah Jakarta saja, saat ini ISCO telah berada di Jakarta, Surabaya, dan Medan. Berikut merupakan diagram data jumlah anak anak yang telah ISCO bantu, dan pendidikan yang berhasil diselesaikan pada tahun 2019-2020.

Diagram jumlah anak yang telah dibantu oleh ISCO pada tahun 2019-2021



Maka diharapkan dengan adanya campaign tangan mungil ini, dapat membantu masyarakat untuk mengenal ISCO dan paham tentang pentingnya pendidikan bagi anak. Selain itu, dengan tingginya tingkat kepedulian masyarakat terhadap masalah tersebut, tentunya akan semakin meningkatkan jumlah donatur yang bersedia berdonasi untuk anak anak jalanan yang ISCO bantu. Semakin banyak donasi dan aware yang diterima, maka dapat membantu ISCO untuk menolong lebih banyak lagi anak anak yang berada di jalanan dan membutuhkan bantuan. Teori tersebut didukung oleh pengertian Kepedulian yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang berarti salah satu bentuk tindakan nyata, yang dilakukan oleh masyarakat dalam merespon suatu permasalahan.

Berikut merupakan target dari diadakannya kampanye ini yaitu:

1. Membangun awareness kepada masyarakat tentang pentingnya pendidikan

- bagi anak-anak sebagai masa depan bangsa
2. Untuk menghentikan anak-anak miskin kota menjadi anak jalanan dan atau pekerja anak
 3. Mampu menarik donatur & volunteer baru agar turut berpartisipasi untuk menolong anak-anak mendapat pendidikan dan masa depan yang jauh lebih baik

Tidak hanya itu, Tangan Mungil juga akan menginformasikan langkah-langkah serta cara yang harus dihadapi untuk menangani masalah tersebut. Lalu juga apa yang menjadi upaya ISCO untuk menanganinya. Campaign ini termasuk Ideological or Cause Oriented Campaign, Kampanye yang mempunyai orientasi tujuan yang bersifat khusus. Kampanye ini memiliki tujuan yang jelas dan spesifik akan adanya perubahan berdimensi sosial. Yang secara langsung maupun tidak langsung melibatkan lapisan masyarakat. Campaign ini akan menggunakan beberapa media komunikasi, mulai dari Kampanye elektronik hingga tatap muka. Strategi yang akan digunakan dalam kampanye ini yaitu:

1. Mengadakan dan membuka booth stand pada event event tertentu misal car free day, untuk membantu memperkenalkan ISCO kepada masyarakat yang mungkin belum pernah mendengar apa itu ISCO
2. Sebagai wadah agar memudahkan orang-orang untuk berdonasi dan mengenal ISCO serta lebih paham dengan pentingnya anak memperoleh hak-haknya -Memberikan merch bagi para donatur, merch yang dibagikan tidak hanya untuk tujuan promosi ISCO, tapi juga merch yang berguna dan mampu mengedukasi masyarakat. Merch akan berupa buku edukasi yang dapat digunakan oleh anak-anak untuk belajar.
3. Mengaktifkan instagram ISCO dengan konten yang lebih edukatif dan informasi terupdate seputar ISCO



Kami akan memberikan merch kepada para donatur, jumlah merch yang diberikan akan tergantung dengan donasi yang donatur berikan. Merch utama dari campaign ini yaitu buku pendidikan untuk anak, tapi bagi para donatur yang tidak memiliki anak di usia tk akan mendapatkan notebook yang bisa donatur gunakan.

MERCH

Contoh design baju yang akan digunakan oleh para volunteer pada saat menjaga booth, bahan yang digunakan pada T-shirt ini yaitu Cotton combed 30s

T-Shirt



Notebook

Design notebook yang akan diberikan kepada donatur jika berdonasi, notebook menggunakan bahan hardcover



Educational Book

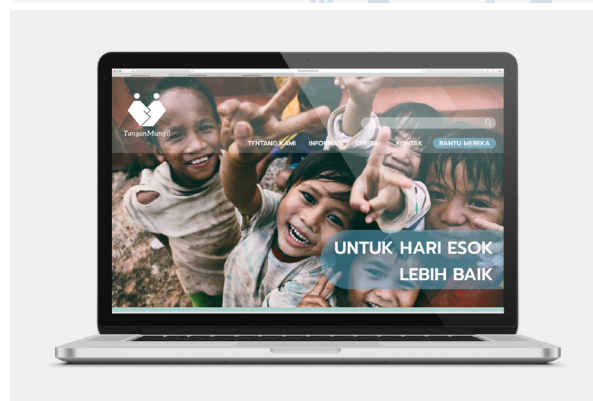
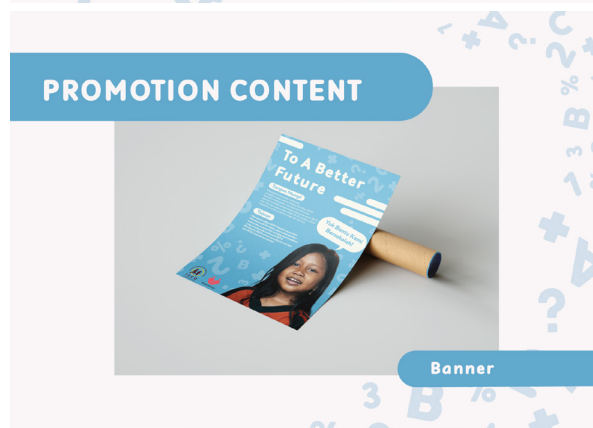
Berikut merupakan buku edukasi yang dibuat oleh tim tangan mungil untuk diberikan kepada donatur yang memiliki anak berusia TK, buku berisi materi pembelajaran yang dapat digunakan untuk anak-anak belajar sambil bermain



Paperbag

Paperbag yang akan diberikan kepada donatur dan sebagai tas yang ecofriendly





SIMPULAN & REKOMENDASI

Pada bagian akhir laporan penelitian ini, ditampilkan kesimpulan dan rekomendasi. Ini akan menjelaskan kedua hal tersebut berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya.

Simpulan

Simpulan yang dapat diambil adalah :

1. Kemiskinan merupakan salah satu akar dari masalah di Indonesia. Salah satunya adalah rendahnya tingkat pendidikan, produktivitas kerja, pendapatan, kesehatan dan gizi serta kesejahteraan hidup, dan juga anak jalanan (sebanyak 67, 368 tersebar di seluruh daerah, pada Desember 2020)
2. Hal ini menyebabkan banyak anak-anak yang harus menghentikan pendidikan dan beralih menjadi anak jalanan. Untuk mendapatkan uang bagi dirinya dan juga perekonomian keluarga. Anak jalanan pada umumnya tersebar di kota-kota besar seluruh Indonesia. Menurut Mubarak (2007), semakin tinggi pendidikan seseorang, makin mudah pula bagi mereka untuk menerima informasi dan makin banyak pula yang dimiliki. Sebaliknya, maka tingkat pendidikan akan semakin rendah.
3. Menurut Wardhani, kepedulian dapat disimpulkan sebagai berikut :
 - Memberi bantuan berupa sandang pangan dan kesehatan—merupakan kebutuhan yang setiap harinya dibutuhkan oleh manusia tanpa terkecuali
 - Memberikan perhatian dan kasih sayang—seperti orang tua yang memberikan perhatian dan kasih sayang kepada anaknya. Jika seorang peduli, ia juga akan memberikan kasih sayang dan perhatian kepada orang yang ia pedulikan.
 - Membiayai pendidikan—mempengaruhi masa depan seseorang dan masa depan bangsa itu sendiri. Karena anak-anak merupakan generasi penerus bangsa
4. ISCO sudah berhasil membantu anak-anak terutama pada tahun 2019 sampai 2021 (3004 anak) ISCO semakin melebarkan sayapnya untuk membantu anak-anak yang sebelumnya hanya terbatas di daerah Jakarta saja. Sampai akhirnya sekarang berada di Jakarta, Surabaya dan Medan. Maka disini dapat disimpulkan bahwa ISCO bisa sukses dalam membantu anak yang membutuhkan, dan menjadi salah satu solusi dari problematika kemiskinan anak jalanan di Indonesia.
5. Campaign dari Tangan Mungil yang membantu menginformasikan mengenai ISCO, termasuk Ideological or Cause Oriented Campaign, kampanye yang mempunyai orientasi tujuan yang bersifat khusus. Dengan tujuan jelas dan spesifik akan adanya perubahan dimensi sosial, dengan menggunakan kampanye elektronik hingga tatap muka.

Rekomendasi

1. Pemerintahan Indonesia sebaiknya memberikan perhatian lebih terhadap kasus kemiskinan di Indonesia, dimulai dari anak jalanan yang tersebar di Indonesia. Mengingat anak jalanan juga merupakan darah muda yang menjadi masa depan Indonesia, maka bisa dimulai untuk mencencil dalam membenarkan ekonomi Indonesia bagi tahun ke depan.
2. ISCO sendiri sudah memiliki performa kerja yang sangat bagus, sebaiknya lebih sering dalam melakukan afiliasi atau kerjasama seperti kampanye ini, untuk dapat melebarkan sayap di ranah daerahnya dan juga membiarkan masyarakat sekitar sendiri terjun dalam membantu anak jalanan.
3. Sebaiknya ada penelitian lebih lanjut dalam apa yang menjadi kemungkinan / potensi penyebab kemiskinan untuk waktu mendatang, agar dapat membuat pencegahan dari awal.

DAFTAR PUSTAKA

- Doellah, H. S. (2002). *Batik: Pengaruh Zaman dan Lingkungan*. Solo: Dinar Hadi.
- Fandor. (2018). *SFX Secrets: The Power of Aspect Ratios*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=SotdCmhFRQU>
- Hall, J. (2018). Why Is Everyone Making Vertical Music Videos? Retrieved April 4, 2019, from Highsnobiety website: <https://www.highsnobiety.com/p/vertical-music-videos/>
- Katoppo, M. L. (2018). 'Desain Sebagai Generator: Bagaimana Desain Menjadi Terang Bagi Semua Orang.' *Seminar Nasional Desain Sosial*. Tangerang: Fakultas Desain Universitas Pelita Harapan.
- Spinuzzi, C. (2005). The Methodology of Participatory Design. *Technical Communication*, 52(2), 163–174.
- Supriatna, E. (2005) *Etos Kerja, Perubahan Sosial dan Masyarakat Madani Indonesia*, dalam Jurnal JPIS No.24 Tahun XIII Volume 13.
- Mubarak, WI. (2007). *Promosi Kesehatan Sebuah Pengantar Belajar Mengajar dalam Pendidikan*.
- Didi Purwoko. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Pembiayaan Mudharabah Menurut Perspektif Manajemen Bank Syariah dengan Pendekatan Kritis*. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, Vol.14 (1), 14–31.
- Wardhani, G. (2010) *Asah Kepedulian Sosial*, <https://galuhwardhani.wordpress.com>.
- Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). *Communication campaigns*. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science*
- Subakti, R. (2006). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.