WALI KOTA SAMARINDA

Yth.

Kepala Badan/ Dinas/ UPT/ Camat/ Lurah
Di Lingkungan Pemerintah kota Samarinda

SURAT EDARAN
Nomor : 700.1/1335/200
TENTANG
PARIWARA ANTIKORUPSI TAHUN 2025

Dalam rangka meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pencegahan korupsi di sektor pelayanan publik *(petty corruption)* dalam bentuk suap, gratifikasi, pungutan liar, nepotisme dan penyalahgunaan fasilitas dinas, Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) mengajak seluruh perangkat daerah untuk berperan aktif dalam kampanye antikorupsi yang diselenggarakan secara serentak di seluruh Indonesia melalui Program Pariwara Antikorupsi 2025. Program ini juga mendukung pemerintah daerah dalam memperbaiki tata kelola pemerintahan melalui peningkatan skor Survei Penilaian Integritas (SPI) serta *Monitoring Center for Prevention* (MCP) terkait sosialisasi dan kampanye antikorupsi.

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Korupsi skala kecil (*petty corruption*) seperti suap, gratifikasi, pungutan liar, nepotisme dan penyalahgunaan fasilitas dinas dalam pelayanan publik masih menjadi tantangan serius di Indonesia. Praktik ini merugikan masyarakat, melemahkan sistem yang seharusnya transparan dan adil, serta menumbuhkan masyarakat permisivitas terhadap korupsi. Sebagai upaya pencegahan, program Pariwara Antikorupsi yang diinisiasi oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) hadir sebagai strategi kampanye massal yang memperkuat kolaborasi antara KPK

dengan pemerintah daerah. Program ini mengoptimalkan berbagai media baik cetak, audiovisual, digital, dan media sosial maupun dengan memanfaatkan kanal komunikasi instansi serta mendorong penyelenggaraan aktivasi kampanye atau *event* dan kampanye berbasis komunitas, guna meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam gerakan antikorupsi.

2. Dasar Hukum

Pelaksanaan Program Pariwara Antikorupsi 2025 berlandaskan pada peraturan perundang-undangan yang mendukung upaya pencegahan korupsi dan penguatan integritas di sektor pelayanan publik. Dasar hukum yang menjadi acuan dalam program ini meliputi:

a. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2001 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 31 Tahun 1999 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, yang menegaskan larangan suap, gratifikasi, dan penyalahgunaan wewenang dalam pelayanan publik

b. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2019 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, yang mengamanatkan KPK untuk melakukan pencegahan korupsi melalui edukasi dan kampanye.

c. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, yang mengatur prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam penyelenggaraan layanan publik serta pencegahan praktik korupsi dalam layanan kepada masyarakat.

d. Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2018 tentang Tata Cara Pelaksanaan Peran Serta Masyarakat dan Pemberian Penghargaan dalam Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, yang menegaskan pentingnya partisipasi masyarakat dalam gerakan antikorupsi.

e. Peraturan Presiden Nomor 54 Tahun 2018 tentang Strategi Nasional Pencegahan Korupsi (Stranas PK), yang menekankan pentingnya sinergi pemerintah dan masyarakat dalam upaya pencegahan korupsi.

B. Tema Kampanye

Pariwara Antikorupsi 2025 berfokus pada pencegahan korupsi dalam pelayanan

publik, khususnya dalam bentuk pungutan liar, suap, gratifikasi, nepotisme, dan penyalahgunaan fasilitas dinas, yang masih marak terjadi di berbagai sektor.

Tema utama kampanye ini didasarkan pada temuan Survei Perilaku Antikorupsi (SPAK) oleh Badan Pusat Statistik (BPS), yang menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap antikorupsi dalam pelayanan publik masih menjadi tantangan utama dalam pemberantasan korupsi di Indonesia. Oleh karena itu, kampanye ini bertujuan mendorong pemahaman publik serta meningkatkan partisipasi aktif dalam menciptakan pelayanan publik yang bersih.

Tema Kampanye Pariwara Antikorupsi Kota Samarinda adalah

1. Suap dan gratifikasi untuk mendapatkan pelayanan publik secara lebih cepat atau dengan perlakukan khusus
2. Nepotisme dalam penerimaan pegawai atau masuk sekolah/ kampus
   slogan untuk kampanye antikorupsi adalah biasakan yang benar bukan benarkan yang biasa

C. Ketentuan Konten Kampanye

Kampanye Pariwara Antikorupsi 2025 bertujuan untuk menyebarluaskan pesan antikorupsi secara kreatif, luas, dan efektif melalui berbagai kanal komunikasi yang dimiliki oleh pemerintah daerah dan BUMD. Kampanye ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk media cetak, audiovisual, digital, media sosial, serta aktivasi kampanye *(event)* dengan menyesuaikan karakteristik audiens dan jangkauan media yang tersedia.

Konten kampanye yang disebarluaskan dalam Pariwara Antikorupsi 2025 harus:

1. Sesuai dengan tema utama, yaitu mendorong kesadaran dan partisipasi publik dalam menolak suap, gratifikasi, pungutan liar, nepotisme, dan penyalahgunaan fasilitas dinas di sektor pelayanan publik.
2. Berbasis fakta, termasuk temuan SPAK BPS yang menunjukkan masih tingginya permisivitas masyarakat terhadap praktik korupsi dalam pelayanan publik.
3. Mudah dipahami, akurat, dan memiliki pesan yang jelas, serta mengajak masyarakat untuk menolak praktik korupsi, melaporkan pelanggaran, atau membagikan pesan kampanye secara luas.

D. Elemen Wajib dalam Konten Kampanye

Setiap konten kampanye harus memuat:

1. Logo KPK dan Pariwara Antikorupsi 2025 sesuai pedoman desain resmi. Pedoman visual (*brand guideline*) Pariwara Antikorupsi 2025, termasuk penggunaan logo, warna, dan posisi, dapat diunduh di: https://bit.ly/materi-pariwara
2. Slogan atau pesan utama yang relevan dengan tema kampanye.
3. Informasi yang akurat dan tidak menyesatkan untuk menghindari hoaks.
4. Ajakan bertindak *(call to action)* seperti menolak korupsi, melaporkan praktik korupsi, atau membagikan pesan kampanye ke lebih banyak orang.

KPK menyediakan referensi materi kampanye yang dapat direplikasi, diadaptasi, atau dimodifikasi yang dapat diunduh melalui tautan: https://bit.ly/materi-pariwara.

E. Larangan dalam Konten Kampanye

Dilarang membuat atau menyebarluaskan konten yang:

1. Mengandung unsur politik praktis atau mendukung calon, partai, atau kelompok tertentu.
2. Mengandung SARA, ujaran kebencian, pornografi, atau kekerasan.
3. Memuat informasi yang tidak terverifikasi, hoaks, atau menyesatkan.
4. Melanggar hak cipta atau etika penyiaran.
5. Membenarkan atau memperbolehkan tindakan korupsi dalam bentuk apapun.

F. Kategori Media

Kampanye Pariwara Antikorupsi 2025 harus dirancang secara kreatif dan strategis agar pesan antikorupsi dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Berikut adalah jenis kampanye yang dapat dilaksanakan serta media yang dapat digunakan untuk menyebarluaskan pesan antikorupsi:

1. Media Konvensional

   Kategori ini mencakup kampanye yang menggunakan media tradisional dan metode promosi yang sudah mapan atau media lain yang tidak berbasis digital. Berikut adalah media konvensional yang dapat digunakan:

   a. Media televisi (TV), yaitu penayangan video kampanye atau iklan layanan masyarakat yang ditayangkan di televisi untuk menjangkau audiens luas.
   b. Media cetak yaitu menggunakan media massa lokal dan nasional untuk menjangkau audiens yang lebih luas dalam bentuk artikel, advertorial, atau rubrik khusus di surat kabar dan majalah yang mengangkat isu antikorupsi.

c. *Billboard* merupakan papan reklame besar di lokasi strategis yang menampilkan pesan kampanye antikorupsi secara visual dan menarik perhatian publik.
d. *Videotron* merupakan layar digital *outdoor* yang menampilkan video atau animasi singkat terkait pesan antikorupsi di lokasi-lokasi dengan lalu lintas tinggi.
e. *Flyer* merupakan selebaran berisi informasi singkat dan menarik mengenai antikorupsi yang dapat dibagikan di ruang publik.
f. Poster, spanduk, baliho, dan *banner* merupakan media visual statis yang ditempatkan di lokasi atau ruang publik strategis. Media ini digunakan untuk menyampaikan pesan singkat dengan visual yang kuat guna meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu korupsi.
g. Pamflet, brosur, dan *booklet* merupakan materi cetak yang lebih informatif dibanding *flyer* dan mudah diakses masyarakat yang berisi edukasi mengenai dampak korupsi dan ajakan untuk berperan serta dalam gerakan antikorupsi.
h. Radio merupakan penyiaran iklan layanan masyarakat atau *talkshow* yang membahas topik antikorupsi dengan narasumber ahli untuk menjangkau audiens lebih luas.

2. Media Digital

Kategori ini mencakup kampanye termasuk infografis interaktif dan konten edukasi digital serta konten antikorupsi lainnya yang memanfaatkan platform digital sebagai media utama dan strategi berbasis inovasi teknologi.

Berikut adalah media digital yang dapat digunakan:

a. *Social Media* dengan memanfaatan platform seperti Instagram, TikTok, X (Twitter), Facebook, dan YouTube untuk mendistribusikan konten digital yang menarik dan mudah diakses.
b. *Digital Video* merupakan konten video pendek maupun panjang yang diproduksi untuk disebarluaskan secara daring guna meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat.
c. Siniar (*podcast*) merupakan media audio digital yang menyajikan cerita dan obrolan inspiratif seputar integritas dan antikorupsi, yang dapat diakses kapan saja untuk meningkatkan kesadaran publik.

d. *Website* merupakan publikasi artikel, infografis, atau laporan antikorupsi melalui website resmi instansi atau portal berita agar mudah diakses oleh publik.
e. *Innovation* merupakan pemanfaatan teknologi inovatif, seperti *filter augmented reality* (AR), stiker interaktif di media sosial, aplikasi interaktif, atau platform edukasi digital untuk memperkuat pesan antikorupsi dan meningkatkan *engagement*.

3. *On-Ground Activation*

Kategori ini mencakup aktivitas kampanye yang melibatkan interaksi langsung dengan audiens melalui event, pameran, *roadshow*, instalasi atau bentuk aktivasi lainnya di dunia nyata.

Berikut adalah contoh *on-ground activation* yang dapat dilaksanakan:

a. *Event / Activation* seperti acara seperti *event*, seminar, diskusi publik, atau lokakarya yang melibatkan komunitas untuk membahas serta mendukung gerakan antikorupsi. Kegiatan ini dapat dilakukan melalui kolaborasi dengan komunitas atau melalui aktivitas publik yang bersentuhan langsung dengan masyarakat.
b. *Ambient Media*, yaitu media kampanye yang dipasang di tempat-tempat tak biasa dengan memanfaatkan elemen ruang publik secara kreatif, Contohnya seperti mural di trotoar, stiker di tangga gedung, instalasi seni, atau pesan antikorupsi baik dalam bentuk stiker maupun audio/video di transportasi umum seperti bus dan kereta, yang dirancang untuk menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu korupsi.

G. Pelaksanaan Kampanye

a. Durasi kampanye berlangsung minimal 3 (tiga) bulan dalam periode Juni hingga September 2025.
b. Perangkat Daerah wajib menayangkan materi kampanye di berbagai platform/media komunikasi yang dimiliki oleh masing-masing Perangkat daerah sesuai dengan kategori media yang telah ditentukan.
c. Publikasi di media sosial wajib mencantumkan:
   1. Hashtag resmi: #PariwaraAntikorupsi

2. Menandai (*tagging*) akun media sosial KPK, untuk Instagram: @official.kpk; @suaraantikorupsi.kpk; dan @aclc.kpk serta untuk TikTok: @kpk_ri dan @aclc.kpk

d. Selain berkolaborasi dengan komunitas lokal, perangkat daerah juga dapat memperluas jangkauan kampanye melalui sinergi internal instansi. Perangkat daerah didorong untuk mengoptimalkan seluruh sub unit kerja dibawahnya sebagai mitra penyebarluasan materi kampanye.
e. Perangkat Daerah dapat berkolaborasi dengan komunitas lokal, media lokal, sekolah, perguruan tinggi, atau kelompok masyarakat untuk memperluas jangkauan kampanye.
f. Monitoring pelaksanaan kampanye akan dilakukan oleh Tim Kampanye Antikorupsi Inspektorat bersama perangkat daerah terkait untuk memastikan efektivitas dan dampak kampanye.
g. Perangkat Daerah diimbau untuk melakukan kampanye secara masif dan melaporkan bentuk kampanye yang dilaksanakan kepada Inspektorat secara berkala melalui link https://bit.ly/Pariwara_Samarinda
h. Informasi penyelenggaraan pariwara antikorupsi serentak kota Samarinda dapat menghubungi Siti Noor Aini (085246129025).

H. Perangkat Daerah yang secara aktif dan menarik melakukan program, kegiatan dan kampanye akan mendapatkan bingkisan menarik dari tim Inspektorat Kota Samarinda.

Demikian disampaikan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab. diucapkan terima kasih.

Ditetapkan di Samarinda
Tanggal 18 Juni 2025

WALI KOTA SAMARINDA

ANDI HARUN

Tembusan:

1. Gubernur Kalimantan Timur
2. Sekretaris Daerah Kota Samarinda