

Rancangan Kampanye Pengaduan Penyalahgunaan KIP-K

Fathariq Fathur¹, Nasywa Salsabila Kamal², Syifa Chairunnisa Viandra³,
Anisa Silvina Putri⁴, Gibra Alhamdi⁵, Mira Hasti Hasmira^{6*}

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: mirahasti@fis.unp.ac.id

Abstrak

Penyalahgunaan program Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIP-K) masih sering terjadi dan menimbulkan ketidakadilan bagi mahasiswa dari keluarga kurang mampu. Mahasiswa yang secara ekonomi tidak layak namun mampu memanipulasi data sering kali lolos sebagai penerima bantuan, sedangkan mereka yang benar-benar membutuhkan justru tersisih. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye humas yang mendorong kesadaran dan pelaporan terhadap penyalahgunaan KIP-K. Metode yang digunakan adalah perencanaan kampanye berbasis pendekatan komunikasi strategis melalui media sosial. Proses perancangan meliputi riset latar belakang masalah, analisis kebutuhan, penentuan tujuan kampanye, segmentasi khalayak, serta pengembangan strategi komunikasi seperti publisitas, persuasi, argumentasi, dan penguatan citra. Hasil dari tahapan ini berupa produk kampanye yang terdiri dari konten edukatif berbentuk video simulasi, poster informasi, serta panduan pelaporan penyalahgunaan KIP-K. Seluruh materi disesuaikan dengan karakteristik target audiens, yaitu mahasiswa usia 17–25 tahun. Kampanye ini juga dilengkapi dengan hashtag tematik untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens di media sosial. Produk kampanye ini diharapkan dapat digunakan oleh lembaga pendidikan atau organisasi masyarakat sebagai alat advokasi dalam memperjuangkan keadilan akses pendidikan.

Kata Kunci: Kampanye; KIP-K; Penyalahgunaan; Pengaduan; Strategi Komunikasi.

Abstract

The misuse of the Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIP-K) program continues to cause injustice for underprivileged students. Economically capable students often receive aid through data manipulation, sidelining those who genuinely need the support. This study aims to design a public relations campaign to raise awareness and encourage the reporting of KIP-K misuse. The method used involves strategic communication planning, including problem identification, audience analysis, campaign goal setting, and the development of communication strategies such as publicity, persuasion, argumentation, and image building. The output of the planning stage includes campaign products such as educational video simulations, informational posters, and practical guides for reporting KIP-K misuse. All campaign materials are tailored to the characteristics of the target audience—students aged 17 to 25. The campaign also utilizes thematic hashtags to enhance reach and audience engagement on social media platforms. These campaign products are intended to serve as advocacy tools for educational institutions and civil organizations in promoting fairness in educational aid distribution.

Keywords: Campaign; Communication strategy; KIP-K; Misuse; Reporting.

How to Cite: Fathur, F. et al. (2025). Rancangan Kampanye Pengaduan Penyalahgunaan KIP-K. *Social Empirical: Prosiding Berkala Ilmu Sosial*, Vol. 2 No. 1 Tahun 2025. (pp. 354-360). Padang: Universitas Negeri Padang.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.

Pendahuluan

Setiap anak berhak mendapatkan pendidikan yang layak sebagai bagian penting dalam proses tumbuh kembangnya (Trianti, 2018). Anak-anak dari keluarga kurang mampu pun memiliki hak yang sama untuk memperoleh pendidikan yang baik. Hal ini sesuai dengan Pasal 31 ayat (1) UUD 1945 yang menyebutkan bahwa setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan. Melalui pendidikan yang memadai, seseorang bisa memperoleh ilmu dan keterampilan yang dibutuhkan untuk bekerja dan meningkatkan produktivitasnya sepanjang hidup (Utama, 2019).

Untuk mendukung hak tersebut, pemerintah telah menyediakan berbagai bantuan, salah satunya melalui program Kartu Indonesia Pintar (KIP) yang bertujuan membantu anak-anak dari keluarga prasejahtera agar tetap bisa mengakses pendidikan tanpa terkendala biaya. Namun, pada kenyataannya, program ini tidak selalu berjalan sebagaimana mestinya. Menurut Khairunnisa et al, (2024), masih terdapat orang yang senang diberi label miskin dalam kasus KIP (Muhammad, 20224). Artinya ada juga kasus di mana mahasiswa yang sebenarnya mampu secara ekonomi justru berhasil mendapatkan beasiswa. Akibatnya, mahasiswa yang benar-benar membutuhkan bantuan tersebut kehilangan kesempatan yang seharusnya ia dapatkan.

Beberapa orang yang mengaku dari keluarga tidak mampu terkadang melakukan berbagai cara curang agar bisa lolos, seperti memalsukan data, meminta bantuan dari kenalan di dalam sistem, dan yang lebih memprihatinkan, praktik ini sering kali didukung oleh kebijakan lembaga pemberi beasiswa yang kurang adil serta adanya unsur nepotisme dalam proses seleksi penerima bantuan. Salah satu contoh viral penyalahgunaan KIP K yang ramai diperbincangkan adalah akun @undipmenfess yang kecewa pada beberapa mahasiswa KIP K Undip yang dinilai tidak pantas mendapatkan KIP karena gaya hidup yang dinilai Hedon. Kasus kasus serupa masih banyak ditemui karena sistem pengelolaan KIP yang tertutup. Koordinator Nasional Jaringan Pemantau Pendidikan Indonesia (JPPI) Ubaid Matraji mengatakan, proses pengelolaan KIP Kuliah yang dia sebut tertutup, tidak transparan dan tidak akuntabilitas, menyebabkan banyak kasus pemberian bantuan tidak tepat sasaran (BBC News Indonesia, 2024).

Penyalahgunaan seperti ini tidak hanya merugikan individu yang benar-benar membutuhkan, tetapi juga mencederai semangat keadilan sosial dalam dunia pendidikan. Oleh karena itu, penting untuk mendorong kesadaran masyarakat agar lebih peka terhadap praktik-praktik curang seperti ini. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan mengadakan kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan keberanian masyarakat dalam melaporkan penyalahgunaan bantuan pendidikan seperti KIP. Kampanye ini diharapkan mampu membuka mata banyak pihak bahwa pendidikan adalah hak semua orang, terutama mereka yang benar-benar membutuhkan, dan sudah semestinya dijaga dari kepentingan pribadi maupun praktik tidak adil lainnya.

Jika menemukan penyalahgunaan KIP-K dimanapun berada, hal ini bisa diadukan kepada pihak-pihak yang berwenang, seperti:

- Pihak Universitas; Apabila menemukan penyalahgunaan KIP-K, laporkan langsung ke bagian kemahasiswaan atau biro akademik di kampus. Pihak Kampus memiliki wewenang untuk melakukan verifikasi dan menindaklanjuti sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- Puslapdik Kemendikbud; Lapor ke Pusat Layanan Pembiayaan Pendidikan dengan cara mengirimkan email pengaduan @kemdikbud.go.id. Kemudian lampirkan informasi lengkap terkait dugaan penyalahgunaan.
- LLDIKTI masing-masing wilayah; Jika kampus berada dibawah pengawasan LLDIKTI, maka dapat melapor ke kantor LLDIKTI di wilayah sekitar.
- ULT Kemendikbud; Laporkan melalui situs resmi <https://pengaduan.ult.kemdikbud.go.id>. Pastikan untuk menyertai informasi lengkap seperti nama penerima, kampus, kronologi kejadian, serta bukti pendukung bila ada.
- Lapor.go.id; Jika terdapat penyalahgunaan kunjungi situs: pengaduan@kemdikbud.go.id. Lalu pilih kategori "pendidikan", isi data diri, rincian laporan, lalu unggah bukti pendukung.

Persiapan sebelum melapor:

- Siapkan nama dan nomor induk mahasiswa yang hendak dilaporkan
- Tuliskan permasalahan, permasalahan dari mahasiswa yang dilaporkan secara logis dan dapat dipertanggungjawabkan
- Jelaskan alasan dengan logis
- Foto bukti mencakup detail transaksi, kejadian, atau hal yang dirasa berlawanan dengan status ekonomi yang dilaporkan

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, karena fokus utama terletak pada penyusunan strategi kampanye humas dan perancangan produk kampanye. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka yang melibatkan artikel, jurnal, berita, dan laporan resmi yang berkaitan dengan program KIP-K dan isu penyalahgunaannya. Selain itu, dilakukan juga observasi terhadap media sosial sebagai bahan untuk menyesuaikan bentuk kampanye dengan gaya komunikasi yang digunakan oleh target audiens. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang telah ada sebelumnya. Data tersebut kemudian dianalisis secara kualitatif menggunakan teknik analisis isi. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi masalah utama, menentukan kebutuhan khalayak, serta menyusun konsep kampanye yang relevan dan sesuai dengan tujuan. Hasil dari analisis ini digunakan sebagai dasar untuk membuat produk kampanye berupa konten video edukatif, poster informasi, dan panduan pelaporan penyalahgunaan KIP-K.

Hasil dan Pembahasan

Analisis kebutuhan

Permasalahan yang Dihadapi

Permasalahan yang dihadapi antara lain: (1) Masih maraknya penyalahgunaan KIP oleh individu yang tidak berhak. (2) Kurangnya ketelitian dan keadilan dalam proses seleksi penerima bantuan pendidikan. (3) Minimnya kesadaran masyarakat untuk melaporkan penyimpangan karena takut, tidak tahu caranya, atau merasa tidak berdaya.

Dampak Permasalahan

Anak-anak atau mahasiswa dari keluarga tidak mampu kehilangan hak atas bantuan pendidikan. Terjadi ketimpangan dan ketidakadilan dalam akses pendidikan. Meningkatnya praktik manipulasi data dan nepotisme dalam penyaluran bantuan.

Kebutuhan yang muncul

Adanya sistem pengawasan yang lebih transparan dan akuntabel dalam penyaluran KIP. Peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya melaporkan penyelewengan bantuan pendidikan. Tersedianya wadah atau media kampanye untuk menyuarakan isu ini secara luas.

Pemberdayaan masyarakat

Khususnya pelajar dan mahasiswa, agar menjadi agen perubahan dalam menjaga keadilan pendidikan.

Solusi yang diperlukan

Kampanye edukatif dan persuasif untuk mendorong pelaporan penyalahgunaan KIP. Kolaborasi dengan sekolah, kampus, dan lembaga sosial untuk menyebarluaskan informasi. Penguatan regulasi dan kebijakan seleksi beasiswa agar lebih objektif dan tepat sasaran.

Analisis khalayak

Berdasarkan latar belakang masalah dan analisis kebutuhan maka dapat dirumuskan khalayak sasarannya yaitu: (1) Demografis, (2) Usia: 17-25 tahun, (3) Jenis kelamin: Laki laki dan Perempuan, (4) Pendidikan: SMA, S1, (5) Pekerjaan: Mahasiswa Psikografis, (6) Preferensi: orang yang peduli terhadap sekitar.

Tujuan Kampanye

Kampanye ini bertujuan untuk mengurangi bahkan menghapuskan kecurangan-kecurangan pengguna KIP-K yang tidak tepat sasaran. Karena jika KIP-K digunakan oleh orang yang sekiranya lebih mampu, maka hal tersebut akan merugikan sekelompok orang yang benar-benar membutuhkan bantuan tersebut. Kampanye ini juga akan membantu memberikan pemahaman dan bantuan ketika mendapati adanya kelompok orang yang dirasa tidak pantas untuk menerima program KIP-K. Dan kami akan memberikan informasi layanan pengaduan yang tepat ketika mendapati hal tersebut.

Program ini dilakukan guna meningkatkan mutu pendidikan di Indonesia terkhususnya di Sumatera Barat. Jika anggaran negara untuk pendidikan jatuh kepada tangan yang tepat, yakni mereka yang kurang mampu dari segi ekonomi namun memiliki kecerdasan intelektual yang tinggi, maka mereka memiliki

kesempatan untuk menggapai impiannya dan negara ini akan memiliki banyak orang cerdas sebagai penerus kepemimpinan nantinya.

Konsep dan strategi komunikasi yang sesuai

Suatu kampanye dibuat untuk menyuarakan hal yang perlu diketahui oleh publik. Untuk mengupayakan tercapainya tujuan dari kampanye itu sendiri, diperlukan strategi yang harus dirancang dan disesuaikan dengan target khalayaknya. Adapun strategi yang akan digunakan ialah:

Strategi Publisitas

Dalam mempublikasikan program kampanye humas ini pesan disebarkan melalui platform media sosial yakni Instagram dan tik-tok. Saat ini media sosial menjadi sumber informasi utama bagi khalayak. Oleh karena itu platform instagram dan tik-tok dipilih agar pesan dan informasi dapat disampaikan dalam waktu singkat kepada para khalayak ([Rahayu, 2024](#)).

Strategi Persuasi

Adapun langkah yang dilakukan untuk mampu mempersuasi khalayak yakni membuat program yang menarik dan rasional. Program kampanye ini akan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dengan kata-kata yang mengandung ajakan. Kemudian kerationalan program kampanye ini dibentuk dengan menyajikan informasi yang sesuai dengan data dan fakta yang ada, serta mendukung tindakan yang semestinya dilakukan saat melihat kasus penyelewengan atau salah sasaran penerima KIP-K ([Abugaza et al, 2024](#)).

Strategi Argumentasi

Kampanye ini akan melakukan pendekatan dengan khalayak melalui program yang dibuat. Pendekatan ini dilakukan dengan cara menyajikan argumentasi yang kuat dan mampu meyakinkan khalayak. Argumentasi yang digunakan mengandung data dan bukti yang sesuai dengan kasus penyelewengan atau salah sasaran penerima KIP-K. Argumentasi ini digunakan untuk memberikan pemahaman dan penjelasan yang logis kepada khalayak sehingga mereka mampu melakukan tindakan yang ada dalam program kampanye tersebut ([Ramadhan, 2016](#)).

Strategi Citra

Dinas Pendidikan Kota Padang memiliki andil besar dalam penyaluran KIP-K kepada mahasiswa/i yang terpilih pada perguruan tinggi negeri di Sumatera Barat. Sebagai pranata humas dari Dinas Pendidikan, program kampanye ini dibuat untuk meningkatkan kepercayaan publik kepada Dinas Pendidikan Kota Padang. Badan yang berwenang terhadap penyaluran KIP-K sudah semestinya bertanggung jawab penuh terhadap permasalahan yang terjadi dari penyaluran KIP-K tersebut, yakni permasalahan penyelewengan atau salah sasaran penerima KIP-K. Penguatan citra Dinas Pendidikan dari program kampanye ini dilakukan melalui media sosial, agar khalayak mendapatkan informasi yang membantu mereka untuk melaporkan penyelewengan KIP-K, sehingga hal ini akan memperkuat citra dan reputasi dari Dinas Pendidikan Kota Padang

Rencana kerja dan timeline proyek

 TIMELINE					
KEGIATAN	April Minggu ke-3	April Minggu ke-4	Mei Minggu ke-1	Mei Minggu ke-2	Mei Minggu ke-3
Perencanaan Program Kampanye					
Pembuatan Poster dan Video Layanan Masyarakat					
Proses Editing Poster dan Video					
Publikasi dan Promosi Program Kampanye					
Evaluasi Program Kampanye					

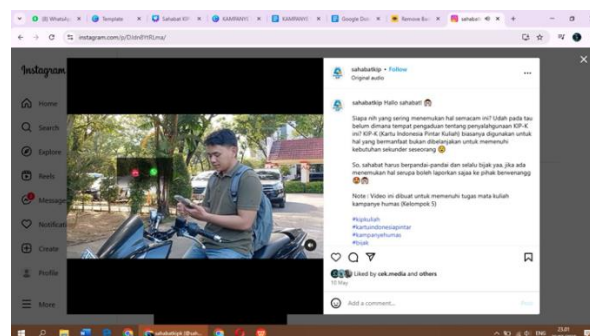
Rancangan Anggaran Biaya

 Rancangan Anggaran Biaya (RAB)		
Item	Jumlah Satuan	Biaya
Vendor	1	Rp. 3.000.000,00
Talent	3 orang (dari anggota tim)	Rp. 0
Videotron	1 (dari Dinas Sosial Kota Padang)	Rp. 0
Poster	500 lembar	Rp. 900.000,00
Ads media sosial	Satu tahun	Rp. 2.100.000,00
Dana tak terduga	-	Rp. 600.000,00
Total		Rp. 6.600.000,00

Tahap Implementasi

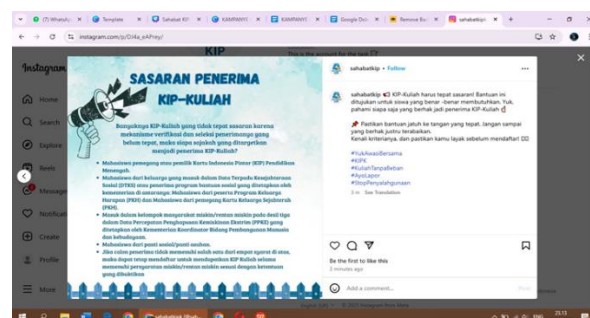
Membuat dan mengedit materi kampanye

Pembuatan ide konten di media sosial yang bertujuan mengkampanyekan dan melaporkan penyelewengan penerima KIP-K, edukasi dan tata cara melaporkan penyelewengan penerima KIP-K, meningkatkan mutu dan kualitas pendidikan khususnya di Sumatera Barat. Kampanye dilaksanakan melewati media sosial instagram karena memiliki pengguna aplikasi yang banyak dan menjadi aplikasi yang mudah untuk mendapatkan informasi.



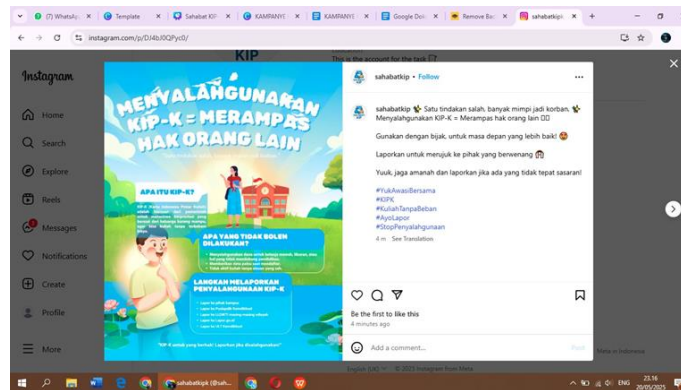
Gambar 1. Implementasi kampanye

Kampanye yang dilakukan dalam bentuk video rekayasa, bagaimana menunjukkan seorang mahasiswa yang menyalahgunakan KIP-K dan seorang mahasiswa yang membutuhkan bantuan demi melanjutkan perkuliahannya, lewat konten tersebut juga terdapat informasi mengenai penerima KIP-K yang layak dan tata cara bagaimana cara menindak lanjuti dari penyelewengan hal tersebut.



Gambar 2. Implementasi Kampanye

Pada postingan Instagram berikutnya memaparkan sasaran-sasaran penerima KIP-K yang tepat supaya menghindari bentuk-bentuk kecurangan dari penerima maupun calon penerima KIP-K. Serta dengan adanya informasi tersebut diharapkan mampu membuat seseorang yang merasa ragu atau pun sempat menemukan hal yang tidak sesuai dengan yang disebut di postingan, akan bisa melakukan pengaduan.



Gambar 3. Implementasi Kampanye

Pada postingan selanjutnya, adanya poster edukasi sebagai wadah informasi dengan desain visual yang menarik. Hal ini juga sama mengedukasi dan memberi informasi mengenai penjelasan KIP-K itu apa, kemudian apa saja yang tidak boleh dilakukan dan terakhir mencantumkan pihak-pihak yang berwenang untuk melaporkan penyelewengan yang terjadi.

Serta yang terakhir penggunaan hashtag #YukAwasiBersama, #KIPK, #KuliahTanpaBeban, #AyoLapor, #StopPenyalahgunaan. Berguna untuk menaikkan engagement dari konten serta ajakan untuk berhenti untuk penyalahgunaan KIP-K dan awasi bersama-sama.

Mengelola distribusi konten melalui media sosial atau platform lainnya

Memilih media sosial atau platform digital yang sesuai dengan target audiens seperti reels Instagram, membuat timeline kampanye konten yang akan didistribusikan

Berinteraksi dengan audiens dan menanggapi umpan balik

Tanggapan audiens pada konten kampanye menjadi data terbaru atau bahan evaluasi dalam konten yang sudah di buat, tanggapan dari audiens tidak hanya menyukai postingan saja, tetapi juga berbentuk komentar yang butuh ditanggapi kembali atau komentar yang memberikan informasi terbaru yang dapat dijadikan bahan evaluasi dan dijadikan bahan untuk konten kampanye selanjutnya.

Mengoptimalkan kampanye berdasarkan data yang diperoleh selama pelaksanaan

Pelaksanaan kampanye dilakukan secara terus menerus sesuai dengan timeline yang sudah ditentukan, selama pelaksanaan kampanye data yang diperoleh akan terus bertambah dengan feedback dari audiens, hal itu akan menjadi data tambahan yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kampanye.

Tahap Evaluasi

Evaluasi Jangka Pendek

Adapun evaluasi jangka pendek: (1) Memantau tanggapan publik terhadap konten yang disebarkan di media sosial, melihat jumlah like, komen dan share publik. (2) Menerima feedback yang ditulis oleh publik pada kolom komentar di media sosial atau melalui sebuah pesan yang masuk kepada kami. (3) Menanggapi kritikan bahkan masukan yang diberikan oleh publik kepada kami dengan cara membalas komentar serta menjawab pertanyaan yang masuk pada direct message (dm)

Evaluasi Jangka Menengah

Evaluasi jangka menengah terdiri dari: (1) Lebih giat untuk melakukan dan melaksanakan kampanye di media sosial, baik itu berupa video, gambar atau pun kombinasi dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan dan informasi kepada publik. (2) Mengumpulkan lebih banyak data sebelum menyebar maupun memposting hal terkait kepada masyarakat agar tidak terjadinya kesalahpahaman dan penyebaran informasi yang tidak valid. (3) Mengamati kepuasan publik terhadap penerimaan informasi dari akun media sosial yang kami gunakan sebagai wadah untuk menyebarkan informasi.

Evaluasi Jangka Panjang

Adapun evaluasi jangka panjang adalah: (1) Menganalisis kepuasan konsumen di setiap konten

yang kami bagikan di media sosial. (2) Menganalisis kualitas dari konten yang sudah disebar, apakah konten sudah sampai dan diterima baik oleh masyarakat serta memberikan manfaat atau belum baik dan masih butuh jenis konten dan isi konten yang lebih bermanfaat. (3) Meningkatkan kinerja para anggota agar lebih teliti, giat dan bersungguh-sungguh untuk melaksanakan riset data serta lebih kreatif dalam pembuatan konten dan menerima segala feedback dari publik baik itu poin positif atau negatif.

Simpulan

Pendidikan harus menjadi kepentingan utama Negara ini. Pemerintah sudah selayaknya memberikan perhatian penuh kepada sistem pendidikan di Indonesia. Setiap beasiswa yang disalurkan harus sampai kepada tangan yang tepat. Oleh karena itu kampanye ini hadir untuk mengawasi dan mengatasi bentuk ketidakadilan penerimaan beasiswa KIP-K dari pemerintah. Jika bantuan dana pendidikan tersebut tepat sasaran maka mutu pendidikan pasti akan meningkat. Ekonomi menjadi factor utama dari rendahnya angka pendidikan, maka dari itu dengan adanya KIP-K memberikan uluran tangan kepada para anak bangsa untuk mampu melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi yang diimpikan. Perpanjangan tangan yang tepat sasaran dari pemerintah ini akan mewujudkan visi Indonesia Emas, namun segala bentuk penyalahgunaan dan tidak tepat sasaran dana pendidikan harus dihapuskan.

Rujukan

- Abugaza, A., Komarudin, L. M., & Haya, Y. (2024). *Kampanye Politik Sosial Media; Panduan Lengkap Dan Praktis Pemilu*. Bibliosmia Karya Indonesia.
- BBC News Indonesia. (2024). Mengapa masih ditemukan kasus 'tidak tepat sasaran' dalam pemberian Kartu Indonesia Pintar? - Cerita sejumlah mahasiswa penerima KIP Kuliah. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cg67gqezdeyo>
- Khairunnisa, N. J., Ahmad, A. N., Raihan, M., Azri, A., & Fattah, A. A. (2024). Prinsip keadilan dalam pendistribusian Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIP-K) di Indonesia. *In Right: Jurnal Agama dan Hak Azazi Manusia*, 13(1), 28–48.
- Muhammad, N. I. (2024). Kualitas Pelayanan Publik Dinas Sosial Kota Padang Pada Bidang Penanganan Fakir Miskin Tahun 2023. Universitas Andalas.
- Rahayu, H. S. (2024). Strategi Branding Identity Tik-Tok@ Goalparatepark Sukabumi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Interdisipliner Indonesia*, 1(01), 32-42.
- Ramadhan, F. (2016). Strategi Kampanye Ham Civil Society Organizations (Studi Kasus Kampanye Kontras Dalam Kasus Munir). Universitas Negeri Jakarta.
- Trianti, R. (2018). Pelayanan Sosial Sekolah Gratis Bagi Anak Keluarga Miskin di Sekolah Bisa Bintaro, Tangerang Selatan. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Utama, I. D. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 1-10.