



Strategi BNN Jakarta Timur dalam Meningkatkan Kesadaran atas Bahaya Narkoba Melalui Instagram @_infobnn_Jakartatimur

<https://doi.org/10.25008/caraka.v6i1.215>

YOLANDA PRADITA

Universitas Kristen Indonesia

*Corresponding Email: Yolandapradita22@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the communication strategies used by the National Narcotics Agency (BNN) of East Jakarta through the Instagram account @_infobnn_jakartatimur in raising public awareness, particularly among its followers, about the dangers of drug abuse. This research employs a qualitative approach using a case study method, with data collected through social media content observation, interviews with account managers, and digital documentation. The findings reveal that BNN East Jakarta implements persuasive and educational digital communication strategies through interactive visual content, communicative language, and the use of momentum such as National Anti-Narcotics Day. Additionally, audience engagement is enhanced through interactive features such as polls, Q&A sessions, and hashtag campaigns. These strategies have proven effective in increasing audience participation and understanding of narcotics issues. This study recommends improving content consistency and expanding target audience reach through cross-platform collaboration.

Keywords: communication strategy, BNN, social media, drugs, public awareness, Instagram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) Jakarta Timur melalui akun Instagram @_infobnn_jakartatimur dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya para pengikut akun tersebut, terhadap bahaya penyalahgunaan narkoba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi konten media sosial, wawancara dengan pengelola akun, serta dokumentasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BNN Jakarta Timur menerapkan strategi komunikasi digital yang bersifat persuasif dan edukatif melalui konten visual yang interaktif, penggunaan bahasa yang komunikatif, serta pemanfaatan momentum peringatan hari anti-narkoba nasional. Selain itu, keterlibatan followers ditingkatkan melalui fitur interaktif seperti polling, Q&A, dan kampanye tagar. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan partisipasi dan pemahaman audiens terhadap isu narkotika. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan konsistensi produksi konten dan perluasan jangkauan target audiens melalui kolaborasi lintas platform.

Kata kunci: strategi komunikasi, BNN, media sosial, narkoba, kesadaran publik, Instagram

Corresponding Author: Yolandapradita22@gmail.com
The author declares that she/he has no conflict of interest in the research and publication of this manuscript
Copyright © 2025 (Yolanda Pradita). Licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0) Available at http://caraka.web.id
Submitted: May 23, 2025; Revised: June 4, 2025; Accepted: June 6, 2025

PENDAHULUAN

Masalah penyalahgunaan narkoba di Indonesia telah menjadi perhatian serius dalam beberapa tahun terakhir. Banyak orang, terutama kalangan remaja dan generasi muda terjebak dalam penyalahgunaan narkoba yang dapat merusak kesehatan fisik dan mental mereka. Menurut data Badan Narkotika Nasional (BNN), jumlah penyalahgunaan narkoba di Indonesia terus meningkat, dengan prevalensi yang tinggi di kalangan generasi muda. Hal ini menjadi tantangan besar bagi masyarakat dan pemerintah.

Penyalahgunaan narkoba menyebabkan rusaknya generasi penerus bangsa di masa depan. Sekitar 275 juta orang menggunakan narkoba pada tahun 2020 dengan 36 juta orang sebagai *drug use disorder* (*Press Relase UNODC World Drug Report 2021*).

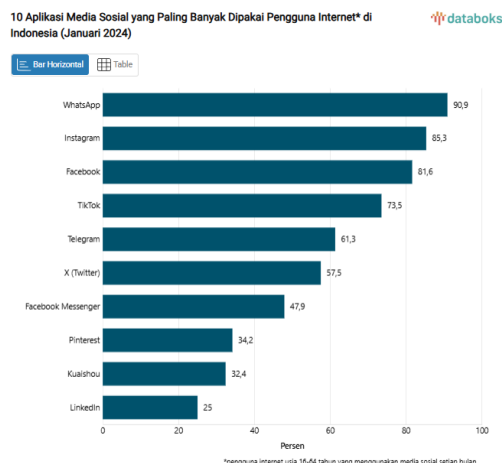
Peredaran narkoba di Indonesia sangat mengkhawatirkan sejak tahun 2009 dengan peningkatan persentase penyalahgunaan narkoba hingga pada tahun 2018. Pada tahun 2020 sampai 2024 tingkat presentase penyalahgunaan narkoba mengalami naik turun (BNN,2024).

BNN memiliki tugas menangani pencegahan dan pemberantasan peredaran gelap narkoba. Upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba pada generasi muda harus dilakukan di seluruh wilayah Indonesia. Pada Januari 2024, Polda Metro mengungkapkan, DKI Jakarta memiliki kasus narkoba 513 kasus. Kepala BNNK Jakarta Timur, Kombes Pol. Andriansah, S.I.K., M.H, menyatakan penyalahgunaan narkoba dari tahun ke tahun di kalangan anak muda terus meningkat, dengan berbagai penyebab seperti rasa penasaran dan pengaruh lingkungan.

Setiap tahun, pemerintah DKI Jakarta bekerja sama dengan BNN Jakarta Timur berusaha mencegah, menekan penyalahgunaan narkoba yang terus meningkat dengan memberikan penyuluhan bahaya narkoba kepada Masyarakat. Selain itu BNN Jakarta Timur melakukan sosialisasi di lembaga Pendidikan mulai dari sekolah sampai universitas sebagai langkah untuk pencegahan penyalahgunaan narkoba.

Pada saat ini media sosial paling banyak diminati berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang menghabiskan waktu mereka bermedia sosial khususnya Instagram. Lebih dari 60% pengguna Instagram di Indonesia berusia antara 18 hingga 34 tahun, Instagram dapat membangun eksistensi diri walaupun hanya untuk memberikan informasi serta membagikan dan mengabadikan momen-momen penting. Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai media untuk membagikan foto dan video tapi juga dapat memberikan informasi penting terkait kebijakan serta program yang dilaksanakan oleh BNN.

Media sosial menjadi salah satu alat komunikasi yang sangat efisien di era digital saat ini untuk menyebarkan berita dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Menurut data *We Are Social* (dataindonesia.id, 2024) pengguna aktif media media di Indonesia sebanyak 139 juta orang, jumlahnya setara 49,9% dari total populasi Indonesia. Pertumbuhan pengguna itu menjadi alasan penting dalam memilih plattform digital sebagai media menyebarkan informasi di kalangan masyarakat secara luas.



Gambar 1: Pengguna media sosial di Indonesia

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer dengan memiliki potensi yang luar biasa untuk digunakan dalam sosialisasi bahaya narkoba. Instagram memungkinkan menyampaikan pesan dengan cepat dan luas disampaikan kepada audiens yang beragam, terutama generasi muda yang merupakan target utama kampanye pencegahan penyalahgunaan narkoba (Anggraini & Cindoswari, 2024).

Media sosial sangat besar pengaruhnya di kehidupan manusia dan banyak pengguna mencari dan mengakses informasi dari media sosial. Di era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu alat komunikasi yang paling efektif untuk menjangkau semua audien. Itu sebabnya BNN Jakarta Timur memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi tentang pencegahan bahaya narkoba serta untuk meningkatkan kesadaran tentang bahaya melalui Instagram @infobnn_jakartatimur kepada *followers*.

Instagram menjadi salah satu pilihan dalam mengimplementasikan dan menyebarkan informasi konten pencegahan penyalahgunaan narkoba yang dilakukan BNN Jakarta Timur melalui media social yang dimiliki yakni Instagram @infobnn_jakartatimur.



Gambar 2: Instagram BNN Jakarta Timur

BNN Kota Jakarta Timur menggunakan media sosial untuk menampilkan kegiatan yang dilakukan dan menyampaikannya kepada masyarakat. Kegiatan ini termasuk sosialisasi dan informasi tentang bahaya narkoba, serta berbagai konten menarik yang dikemas dengan cara yang menarik dan mudah diterima melalui akun Instagram @infobnn_jakartatimur.

Akun Instagram @infobnn_jakartatimur berusaha menarik perhatian *followers* untuk meningkatkan kesadaran atas risiko penggunaan narkoba melalui sosialisasi berupa konten yang kreatif dan informatif. Strategi sosialisasi yang ditetapkan dalam memberikan pengaruh konten sosialisasi media Instagram mencakup berbagai jenis konten, seperti infografis, video, sosialisasi dan kampanye interaktif yang dapat mendorong partisipasi aktif dari *followers*.

Keberadaan individu sebagai pengguna Instagram menjadi sangat relevan. Ini menyebabkan *followers* instgaram @infobnn_kota_jakartatimur tidak hanya berfungsi sebagai menerima informasi, tapi juga sebagai bagian dari komunitas yang dapat saling memengaruhi dan berinteraksi.

Tahun 2021 angka penyalahguna narkoba sebanyak 324 orang, lalu tahun 2022 angka mengalami peningkatan sebanyak 1.243 orang dan 2023 jumlahnya diperkirakan sebanyak 42.790 kasus dengan jumlah tersangka 55.855 orang (BNN,2024). *Journal of social science research* pada tahun 2024 menyatakan, jumlah penyalahgunaan narkoba terus meningkat di Indonesia. Penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja dan pelajar merupakan masalah yang kompleks, sehingga membutuhkan banyak perhatian lebih dari pemerintah, pihak berwajib, pihak berwenang, masyarakat, media, keluarga dan remaja itu sendiri.

Para pengedar narkoba sering menggunakan anak muda hingga orang dewasa sebagai sarana untuk menyembunyikan diri dan sarana alternatif saat para pengedar mengirirkan paket yang mengandung obat-obatan melalui darat, udara maupun laut (Zanah, Silpiani, Hasan 2023).

BNN Jakarta Timur berusaha untuk meningkatkan kesadaran masyarakat atas bahaya narkoba. Instagram sebagai salah satu platfrom populer, digunakan oleh BNN Jakarta Timur untuk menyampaikan pesan-pesan pencegahan secara kreatif dan interaktif. Melalui akun Instagram @infobnn_kota_jakartatimur diharapkan mampu meningkatkan kesadaran atas bahaya narkoba.

Kenaikan angka penyalahgunaan narkoba di kalangan anak muda cukup signifikan. Total pengguna narkoba pada tahun 2023 mencapai 3,3 juta atau sekitar 1,73% dari populasi usia 15-64 tahun. Kelompok usia 15-24 tahun mengalami peningkatan pravalensi penyalahgunaan narkoba, dengan angka mencapai 1,97% pada tahun 2023, naik dari 1,96% pada tahun 2021. Faktor utama yang mendorong remaja mencoba narkoba adalah ajakan teman sebaya dan rasa penasaran yang tinggi.

Generasi muda Indonesia, terutama pada usia 15-24 tahun tergolong pengguna aktif media sosial seperti Instagram, tiktok dan youtube. Platform media sosial menjadi saluran utama bagi mereka untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Oleh karena itu, media sosial menjadi medium strategis untuk menyampaikan pesan-pesan pemberantasan narkoba yang efektif dan tepat sasaran. Oleh karena itu, penting bagi BNN Jakarta timur untuk terus berinovasi dalam menyampaikan pesan-pesan edukatif yang efektif dalam Upaya menghindari generasi muda dari penyalahgunaan narkoba.

Kenaikan angka penyalahgunaan narkoba dapat diatasi dengan pendidikan dan edukasi dini yaitu integrasi bahaya narkoba dalam kurikulum sekolah dari tingkat dasar hingga menengah dan tinggi, dengan mengadakan workshop, seminar, penyuluhan rutin disekolah dan kampus, serta pemanfaatan media secara positif. BNN Jakarta Timur mampu berkampanye secara digital, sesuai dengan gaya komunikasi anak muda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi BNN Jakarta Timur dalam meningkatkan kesadaran bahaya narkoba melalui media sosial Instagram terhadap pengikut Instagram, serta untuk menggali pemahaman tentang strategi sosialisasi yang diterapkan akun Instagram@infobnn_jakartatimur dan bagaimana *followers* merespons konten yang disajikan.

Penelitian ini akan memperkaya kajian, strategi dan sosialisasi dalam meningkatkan kesadaran atas bahaya narkoba melalui media instagram BNN Kota Jakarta Timur dengan menciptakan pesan yang menggambarkan bahaya penyalahgunaan narkoba dan bagaimana cara menghindarinya.

Untuk mendukung penelitian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan yakni:

Pertama, penelitian Ayu Laela (2024) berjudul “Strategi komunikasi BNNP DIY dalam upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba melalui media instagram di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penelitian ini berisi sosialisasi dalam bentuk konten informasi terkait narkoba, seperti bahaya narkoba, konsekuensi akibat penyalahgunaan narkoba, fasilitas rehabilitasi untuk pelaku penyalahgunaan narkoba, dan berbagai konten lainnya yang dapat menekan tingginya kasus narkoba di Yogyakarta.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data dan pengambilan sampel kualitatif dengan langkah-langkah proses analisis. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Peneliti adalah pada lokasi, yakni di Jakarta Timur.

Kedua, penelitian Ghanis Wahyurini, Herta Armianti Soemardjo, Sumiati (2023) berjudul “Efektivitas Instagram @Bnn_Cegahnarkoba Sebagai Media Kampanye Pencegahan Narkoba”. Penelitian ini membahas pendapat *followers* terhadap isi pesan instagram@bnn_cegahnarkoba, serta mengetahui efektifitas instagram @bnn_cegahnarkoba sebagai media kampanye pencegahan narkoba.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, menjelaskan aspek yang relevan mengenai efektifitas instagram @bnn_cegahnarkoba sebagai media kampanye mengenai pencegahan narkoba dan bahaya narkoba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melihat bagaimana tanggapan *followers* terhadap isi pesan instagram@bnn_cegahnarkoba serta mengetahui efektifitas instagram@bnn_cegahnarkoba sebagai media kampanye pencegahan narkoba.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Peneliti adalah pada pendekatan penelitian, dan melihat bagaimana strategi BNN Jakarta Timur dalam meningkatkan kesadaran bahaya narkoba melalui media sosial Instagram terhadap pengikut Instagramnya.

Ketiga, penelitian Azka Akmalul Birri, Syifa Nur Rahmah (2025) berjudul “Strategi Pengelolaan Media Sosial dalam Program Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN) pada Akun Instagram Badan Narkotika Nasional Kabupaten (BNNK) Banyumas”.

Penelitian ini berisi strategi pengelolaan media sosial akun @infobnn_kabupaten_banyumas dalam menyebarkan Program Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika, menggunakan teori SOME yang dikemukakan oleh Regina Luttrell (2022). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara.

Perbedaan penelitian ini dengan studi yang Peneliti lakukan terletak pada penggunaan teori Strategi Pengelolaan Media Sosial dari Regina Luttrell. Pengelolaan media sosial yang efektif dibagi menjadi empat tahapan, disebut dengan SOME yaitu: *sharing* (menyebarkan), *optimizing* (optimalisasi), *managing* (mengatur), dan *engage* (melibatkan). Perbedaannya, Peneliti menggunakan teori ketergantungan media. Ketiga analisis memiliki kesamaan dan perbedaan yang dapat dilihat dari memanfaatkan Instagram sebagai platform utama pencegahan narkoba, sesuai tren dan efektivitas yang sudah terbukti.

Selain itu, menggunakan pendekatan kualitatif dan teori ketergantungan media untuk menggali lebih dalam hubungan antara strategi komunikasi BNN dan tingkat kesadaran pengikut Instagram dan melengkapi kajian dengan fokus pada bagaimana ketergantungan media memengaruhi penerimaan dan respons pengikut terhadap pesan bahaya narkoba, yang belum banyak dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penelitian

ini bukan hanya melanjutkan studi terdahulu tetapi juga memberikan perspektif baru yang lebih mendalam dan kontekstual dalam upaya pencegahan narkoba melalui media sosial Instagram.

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis strategi komunikasi BNN Jakarta Timur di Instagram dan mengevaluasi efektivitas dalam membentuk kesadaran *followers* terhadap bahaya narkoba. Jadi Penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis untuk pengembangan teori komunikasi digital dan strategi media sosial, tetapi juga secara praktis dapat menjadi panduan bagi lembaga pemerintahan dalam merancang kampanye sosial yang efektif dan sesuai dengan karakteristik target audiensnya.

KERANGKA TEORI

Teori Ketergantungan Media (Media Dependency Theory)

Teori ini awalnya diusulkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFluer (1976). Teori ketergantungan memiliki beberapa asumsi yaitu, *pertama*, menggabungkan perspektif dari psikolog dengan bahan-bahan dari teori kategori sosial. *Kedua*, teori ini mengintegrasikan perspektif sistem dengan unsur-unsur dari pendekatan kausal lebih. *Ketiga*, teori ini menggabungkan unsur penelitian kegunaan dan gratifikasi (*uses and gratifications*) dengan tradisi efek media efek, meskipun fokus utamanya adalah kurang lebih pada efek dari pada alasan-alasan mengapa efek media biasanya terbatas (Ummah et al., 2021).

Ketergantungan media pada dasarnya menyatakan semakin seseorang bergantung pada media untuk memenuhi kebutuhannya, semakin penting media dalam kehidupan seseorang, oleh karena itu semakin besar efek media pada seseorang (Ali, Mufidah, & Parwanti, 2022). Jadi teori ini menyatukan keterkaitan sistem sosial yang luas, media massa dan individu ke dalam penjelasan komprehensif tentang efek media.

Pada masyarakat modern, *audience* sangat tergantung pada, *pertama*, media massa sebagai sumber informasi. Jenis dan tingkat ketergantungan dipengaruhi oleh kondisi struktural, terutama berkaitan dengan perubahan, konflik atau tidak stabilnya masyarakat. *Kedua*, berkaitan dengan apa yang dilakukan media pada dasarnya adalah melayani berbagai fungsi informasi. Dengan demikian, teori ini menjelaskan, saling hubungan antara tiga perangkat variabel utama dan menentukan jenis, efek tertentu sebagai hasil interaksi antara ketiga variabel tersebut (Wahjudianata, 2021).

Teori itu sangat relevan pada penelitian ini, karena audiens, seperti Gen Z bergantung terhadap Instagram untuk mendapatkan informasi, termasuk informasi mengenai bahaya narkoba, maka semakin besar kemungkinan pesan-pesan edukatif yang disampaikan mempengaruhi pola pikir, kesadaran, bahkan perilaku *followers* Gen Z dalam kehidupannya.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh BNN Jakarta Timur melalui Instagram, serta memahami respons audiens terhadap pesan-pesan yang disampaikan (Sugiyono, 2018).

Purposive sampling digunakan untuk menentukan informan yang relevan, yaitu *followers* aktif dengan pengalaman atau keterlibatan terhadap konten edukatif BNN. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipatif, dan dokumentasi konten Instagram. Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan model Miles dan Huberman (reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan), serta interpretasi data dipandu oleh Teori Ketergantungan Media (Ball-Rokeach & DeFleur) guna mengkaji sejauh

mana ketergantungan audiens terhadap media sosial dapat memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka terkait penyalahgunaan narkoba.

Untuk menjamin keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode, serta *member checking*, guna memastikan data yang diperoleh bersifat valid, *realibel*, dan mewakili pengalaman nyata informan. Dengan metodologi ini, diharapkan penelitian mampu memberikan gambaran menyeluruh dan akurat mengenai efektivitas strategi komunikasi digital BNN Jakarta Timur dalam meningkatkan kesadaran akan bahaya narkoba di kalangan generasi muda pengguna Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

BNN Jakarta Timur memiliki tugas mencegah dan memberantas penyalahgunaan narkoba. Langkah-langkah untuk melaksanakan tugas itu BNN Jakarta Timur menerapkan kebijakan baru yang mencakup *Soft Power Approach*, *Hard Power Approach*, *Smart Power Approach*, dan pendekatan kolaborasi yang memberdayakan. Dalam bidang pencegahan dan pemberdayaan masyarakat, BBNP Jakarta Timur menerapkan *Smart Power Approach* dengan melakukan berbagai aktivitas pencegahan, seperti pertemuan tatap muka dan pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi.

Perencanaan konten dilakukan untuk menyampaikan informasi penting kepada masyarakat dengan cara yang menarik, sehingga mereka bisa memahami dan tertarik pada program edukasi yang ada. Dengan memperhatikan tujuan yang ingin disampaikan, Peneliti mengikuti instruksi dari humas dan protokol BNN RI yang secara rutin, setiap hari Senin, melakukan evaluasi isi konten di media sosial.

Peneliti menganalisis jumlah penonton dan peningkatan jumlah pengikut di masing-masing platform media sosial. BNN Jakarta Timur memberikan respon terhadap komentar yang dianggap perlu dijawab dengan cara yang sopan, sehingga masyarakat merasa bahwa BNN Jakarta Timur lebih transparan terhadap pertanyaan yang diajukan oleh warga Jakarta Timur.

BNN Jakarta Timur lebih memusatkan perhatian pada strategi pencegahan dengan memanfaatkan platform media sosial yang sedang tren saat ini. Setiap hari Senin, BNN Jakarta Timur mengadakan evaluasi mengenai dampak media sosial terhadap masyarakat. Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia (BNN RI) menetapkan standar minimal jumlah penonton yang dianggap relevan. Ini merupakan bagian dari pengawasan yang dilakukan untuk mendorong aktivitas dan menilai efeknya melalui konten di media sosial.

Mengingat hampir setiap orang kini memiliki akses ke media sosial, evaluasi tersebut dianggap penting oleh BNN RI. Setiap minggu, dilakukan pemeriksaan ulang, misalnya penurunan jumlah pengikut, untuk mengetahui apakah ada perkembangan yang perlu diwaspadai. Terkadang, tanpa pengawasan, banyak yang tidak tergerak, meski media sosial merupakan salah satu sarana komunikasi yang sangat efisien untuk masyarakat.

Strategi komunikasi di platform media sosial Instagram BNN Jakarta Timur melihat media sosial sebagai garis depan untuk berinteraksi dengan masyarakat. Mereka merencanakan jadwal dan menyesuaikan konten berdasarkan tren, sasaran audiens, dan berbagai platform media sosial. Meskipun tujuan utama ada di Instagram, mereka juga aktif di Facebook, Twitter, dan TikTok. Juga menyampaikan tentang pentingnya peran pelaksana dan perancang dalam tim humas yang terlibat dalam menyampaikan pesan melalui konten.

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi, BNN Jakarta Timur menerapkan pendekatan P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Perawatan) untuk memberikan

informasi tentang pencegahan dan pemberantasan narkoba kepada masyarakat melalui media sosial.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap *followers* BNN Jakarta Timur dengan cara wawancara dengan beberapa *followers*, dapat diketahui bahwa khalayak utama dari kampanye digital ini adalah Gen Z yang aktif di media sosial, khususnya Instagram. Target utama berada dalam rentang usia 13-27 tahun, termasuk pelajar, mahasiswa dan masyarakat umum yang memiliki minat terhadap isu – isu sosial dan kesehatan masyarakat.

BNN Jakarta Timur memanfaatkan media sosial sebagai alat edukasi dan kampanye digital yang dinilai lebih efektif dibandingkan dengan pendekatan konvensional. Strategi yang digunakan oleh BNN Jakarta Timur yaitu: (1) Penyederhanaan pesan dalam bentuk visual yang menarik, seperti infografis dan poster; (2) Penggunaan video singkat yang informatif dan mengikuti gaya komunikasi anak muda; (3) Pemanfaatan tren media sosial, seperti penggunaan hastag yang virak dan reels yang kreatif.

Followers akun @_infobnn_jakartatimur memberikan beragam tanggapan terhadap konten yang diunggah. Konten yang bersifat edukatif, seperti penjelasan dampak narkoba dan jenis-jenis narkoba yang dianggap mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, konten yang mengangkat berita penangkapan pengedar narkoba, informasi rehabilitas serta Q&A seputar bahaya narkoba menjadi salah satu daya tarik bagi audiens.

Peningkatan jumlah *views*, *like* dan *share* menjadi indikator bahwa konten yang disajikan oleh BNN Jakarta Timur efektif dalam membangun kesadaran bahaya narkoba, terutama bila disajikan secara menarik dan aktual. Maka dari pengamatan dan tanggapan *followers* dapat disimpulkan bahwa mayoritas merasa lebih mudah memahami isu narkoba melalui konten digital dibanding seminar tatap muka.

Dengan mengenal khalayak secara mendalam, memungkinkan BNN Jakarta timur merancang strategi komunikasi yang tepat sasaran, efisien dan berdampak luas. Dengan memahami karakteristik, kebutuhan, serta pola konsumsi informasi audiens, strategi kampanye anti-narkoba melalui Instagram dapat terus disempurnakan agar mampu membangun kesadaran kolektif dan perubahan perilaku yang positif di kalangan Gen Z.

KESIMPULAN

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan pihak BNN Jakarta Timur serta analisis konten akun Instagram @_infobnn_jakartatimur, dapat disimpulkan bahwa penyusunan pesan menjadi elemen kunci dalam strategi komunikasi digital BNN dalam menyampaikan informasi terkait bahaya narkoba.

BNN Jakarta Timur menyusun pesan-pesan kampanye dengan tujuan untuk mengedukasi, membangun kesadaran, serta mendorong keterlibatan masyarakat, khususnya generasi muda pengguna Instagram. Penyusunan pesan disesuaikan dengan gaya komunikasi yang mudah diterima khalayak serta mengikuti tren media sosial.

BNN Jakarta Timur merancang pesan dengan pendekatan visual dan narasi yang disesuaikan dengan karakteristik *followers* Instagram. Beberapa strategi yang digunakan antara lain: (1) Desain visual menarik dengan penuh warna, dan informatif; (2) Video singkat (*Reels*) durasi maksimal 1 menit, yang memuat informasi ringan namun bermakna; (3) Caption dengan bahasa santai namun tetap sopan dan edukatif; (4) *hashtag* kampanye seperti #CegahNarkoba #GenerasiBersinar untuk memperkuat pesan.

Pesan-pesan yang disampaikan melalui konten Instagram BNN Jakarta Timur meliputi: (1) Edukasi Bahaya Narkoba. Menjelaskan jenis-jenis narkoba, dampaknya terhadap

kesehatan, mental, dan masa depan generasi muda; (2) ajakan Rehabilitasi. Konten yang mengajak masyarakat, terutama pengguna aktif, untuk tidak takut mencari bantuan dan memanfaatkan layanan rehabilitasi; (3) Informasi Program dan Kegiatan. Memberikan informasi tentang kegiatan BNN seperti sosialisasi, pelatihan, seminar, hingga kegiatan offline yang disinergikan secara online.

Penyusunan pesan oleh BNN Jakarta Timur melalui Instagram @_infobnn_jakartatimur menjadi bagian penting dalam upaya pencegahan narkoba. Dengan memadukan pesan edukatif, pendekatan kreatif, dan strategi visual yang menarik, BNN mampu membangun keterhubungan dengan followers dan menyampaikan pesan anti-narkoba secara lebih efektif dan relevan bagi generasi muda digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., Mufidah, W., & Parwanti, A. (2022). Metode Asset Based Community Development: Teori dan Aplikasinya. *Insight Mediatama*.
- Anggraini, P., & Cindoswari, A. R. (2024). Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Diskominfo Kota Batam sebagai Alat untuk Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat. *Scientia: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(4), 47–54.
- Birri, A. A., & Rahmah, S. (2025). Strategi Pengelolaan Media Sosial BNN Kabupaten Banyumas dalam Program P4GN. *Jurnal Peradaban Komunikasi*, 5(1), 12–26.
- Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia. (2024). *Laporan Tahunan BNN 2024*. <https://bnn.go.id/publikasi/laporan-tahunan/>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ummah, A. H., Djuanda, G., Ahmad, D., Afriza, E. S. D., Athalarik, F. M., Moekahar, Dewi, N. P. S. (2021). *Komunikasi Korporat Teori dan Praktis*.
- Utomo, J. (2022). Potret Lingkungan Belajar Indoor dan Outdoor di SMAN 2 Toli-Toli. *Tolis: Jurnal Penelitian*, 4(1), 8–16.
- We Are Social & Kepios. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Setiawan, A., & Prasetyo, E. (2022). Strategi Komunikasi Digital dalam Kampanye Anti-Narkoba di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(1), 45-59.
- Wahyurini, G., Soemardjo, H. A., & Sumiati. (2023). Efektivitas Instagram @bnn_cegahnarkoba sebagai Media Kampanye Digital. *Jurnal Komunikasi Sahid*, 12(2), 90–104.
- Zanah, M., Silpiani, N., & Hasan, R. (2023). *The Role of Social Media in Drug Abuse Prevention among Youth in Indonesia*. *Journal of Social Science Research*, 9(2), 112-124.
- Zanah, A., Silpiani, A., & Hasan, M. (2024). Keterlibatan Media Sosial dalam Pencegahan Narkoba di Kalangan Remaja. *Journal of Social Science Research*, 6(3), 111–123.
- UNODC. (2021). *World Drug Report 2021*. United Nations Office on Drugs and Crime. <https://www.unodc.org/unodc/en/data-and-analysis/wdr2021.html>