

EFEKTIVITAS INSTAGRAM @BNN_CEGAHNARKOBA SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PENCEGAHAN NARKOBA

Ghanis Wahyurini¹, Herta Armianti Soemardjo^{2*}, Sumiati³

^{1,2,3}Universitas Sahid, DKI Jakarta

Email Korespondensi: hertaasw@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapat followers terhadap isi pesan instagram @bnn_cegahnarkoba serta mengetahui efektifitas instagram @bnn_cegahnarkoba sebagai media kampanye pencegahan narkoba. Teori yang digunakan adalah teori tentang efektifitas dan teori AIDA yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, dimana pada intinya teori ini mengemukakan bahwa suatu informasi ataupun pesan-pesan yang harus mendapatkan perhatian, menjadi ketertarikan, menjadi minat hingga seseorang dapat mengambil tindakan, dalam teori ini juga menyampaikan akan kualitas dari pesan yang baik dari mendapat perhatian hingga tahap adanya tindakan dari seseorang setelah pesan itu disampaikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang menjadi objek penelitian adalah followers instagram @bnn_cegahnarkoba sebanyak 11.500 orang, dengan penarikan sampel sebanyak 100 orang. Tehnik pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan menggunakan purposive sampling. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 88% followers mengatakan bahwa instagram efektif (45%) + sangat efektif (43%) sebagai media kampanye. Saran peneliti perlu mempertahankan dan meningkatkan media instagram sebagai media kampanye dengan lebih memperhatikan bahasa yang lebih milenial sesuai dengan sasaran kampanye, dimana kalangan instagram saat ini banyak diminati oleh pelajar dan mahasiswa.

Kata Kunci: Efektifitas Instagram, Media Kampanye, Pencegahan Narkoba

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out the opinion of followers on the contents of Instagram messages @bnn_preventnarkoba and to find out the effectiveness of Instagram @bnn_preventnarkoba as a medium for drug prevention campaigns. The theory used is the theory of effectiveness and the AIDA theory put forward by Kotler and Keller, where in essence this theory suggests that information or messages must get attention, become interested, become interested so that someone can take action, in this theory too conveys the quality of a good message from getting attention to the stage where someone takes action after the message is delivered. The method used in this study uses a descriptive method with a quantitative approach. The population that became the object of the study were Instagram followers @bnn_preventnarkoba of 11,500 people, with a sample of 100 people. The sampling technique used is purposive sampling. Data collection techniques were carried out using questionnaires and literature studies. The results showed that 88% of followers said that Instagram was effective (45%) + very effective (43%) as a media campaign. Researchers suggest that it is necessary to maintain and improve Instagram media as a campaign medium by paying more attention to language that is more millennial in accordance with campaign goals, where Instagram is currently in great demand by students and students.

Keywords: Drug Prevention, Instagram Effectiveness, Media Campaign

PENDAHULUAN

Narkoba merupakan musuh bangsa yang utamanya mengancam generasi muda kita. Pengguna narkoba di Indonesia cukup memprihatinkan dengan kisaran jumlah hingga mencapai 3.376.115 orang pada rentang usia 10 hingga 59 tahun di 2017. Sedangkan angka penyalahgunaan Narkoba di kalangan pelajar di tahun 2018 (dari 13

ibukota provinsi di Indonesia) mencapai angka 2,29 juta orang. Berbagai upaya dilakukan untuk mencegah perkembangan penggunaan narkoba, antara lain melalui penyuluhan-penyuluhan, himbauan-himbauan, rehabilitasi, dan sebagainya. Badan Narkotika Nasional (BNN) adalah sebuah Lembaga Pemerintah Non kementerian (LPNK) Indonesia yang mempunyai tugas melaksanakan tugas pemerintahan di bidang Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN), yang merupakan salah satu upaya BNN untuk menjadikan masyarakat memiliki pola pikir, sikap, dan terampil dalam menolak penyalahgunaan serta peredaran gelap narkoba dan sangat bermanfaat untuk masyarakat luas, Salah satu media yang digunakan BNN adalah media sosial instagram, @bnn_cegahnarkoba. Sampai awal Januari 2020 terdapat 11.500 *followers* yang mengikuti akun instagram @bnn_cegahnarkoba. Melalui akun instagram @bnn_cegahnarkoba, BNN antara lain mensosialisasikan program Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) serta mengkampanyekan cara mencegah dan memberantas Narkoba, serta menginformasikan bahaya dan dampak dari narkoba kepada masyarakat. Kampanye yang disampaikan melalui media instagram @bnn_cegahnarkoba, antara lain mengenai bahaya narkoba dari mulai pencegahan hingga proses rehabilitasi. Instagram @bnn_cegahnarkoba menggunakan ilustrasi, gambar-gambar, kariatur, serta video animasi yang dibuat sesuai dengan informasi yang disampaikan, agar khalayak yang melihat tertarik untuk membaca ilustrasi dan menonton video yang disajikan. Diharapkan, *followers* instagram @bnn_cegahnarkoba dapat mengetahui mengenai bahaya narkoba, menambah pengetahuan (*knowledge*) mengenai jenis-jenis narkoba, mengubah sikap (*attitude*), dan memiliki prinsip yang kuat dalam memilih lingkungan yang baik, serta terhindar dari obat-obatan terlarang,

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, yakni menjelaskan aspek yang relevan mengenai efektifitas instagram @bnn_cegahnarkoba sebagai media kampanye mengenai pencegahan narkoba dan bahaya narkoba. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap akun @bnn_cegahnarkoba, studi pustaka buku referensi, skripsi mengenai komunikasi, kehumasan, media massa dan media sosial., serta penyebaran kuesioner kepada para pengikut (*followers*). Populasi penelitian ini adalah pengikut (*followers*) instagram @bnn_cegahnarkoba yang berjumlah orang. Teknik penarikan sampel dilakukan secara *kuota sampling*, yakni kuesioner disebar kepada semua pengikut akun instagram ini. Dalam penelitian ini, konsep yang digunakan adalah efektivitas instagram @bnn_cegahnarkoba sebagai media kampanye pencegahan narkoba.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 1. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 44 (44%) memberikan jawaban setuju. Instagram dengan konten berupa pesan positif mengenai bahaya narkoba menjadi menarik perhatian responden sebagai media kampanye anti narkoba. Dalam hal ini, instagram @bnn_cegahnarkoba memudahkan humas BNN dalam mengkampanyekan bahaya serta pencegahan narkoba melalui media berupa instagram dan dapat diakses oleh orang banyak.

Tabel 1. AIDA (*Attention, Interest, Disire, Action*)
Instagram Menarik Perhatian Sebagai Media Kampanye Anti Narkoba
Kemenarikan ig sebagai media kampanye anti narkoba

Ig @bnn_cegahnarkoba menarik perhatian sebagai media kampanye anti narkoba	F	%
Sangat setuju	35	35%
Setuju	44	44%
Cukup Setuju	17	17%
Kurang Setuju	3	3%
Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Tabel 2. *Kemenarikan Logo Atau Profile Picture Instagram*

Logo atau Profile Picture Ig @bnn_cegahnarkoba menarik perhatian	F	%
Sangat setuju	18	18%
Setuju	47	47%
Cukup Setuju	28	28%
Kurang Setuju	5	5%
Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 2. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 47 (47%) memberikan jawaban setuju. *Logo* atau *Profile Picture* dari instagram @bnn_cegahnarkoba menarik perhatian responden sehingga responden selalu ingin melihat postingan mengenai pencegahan narkoba yang selalu di unggah di dalam instagram tersebut. Dapat diasumsikan bahwa sesuatu hal yang menarik, terlebih berupa gambar, audio maupun visual, akan lebih dapat diterima dan dimengerti secara cepat, sehingga responden menjadi tertarik untuk membaca isi pesan dan informasi mengenai narkoba.

Tabel 3. *Kemenarikan Dekripsi Informasi Pada Instagram*

Dekripsi informasi yang terdapat pada akun Ig @bnn_cegahnarkoba menarik perhatian	F	%
Sangat setuju	21	21%
Setuju	54	54%
Cukup Setuju	19	19%
Kurang Setuju	5	5%
Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 3. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 54 (54%) memberikan jawaban setuju. Hal tersebut menunjukkan dekripsi informasi yang terdapat pada akun instagram @bnn_cegahnarkoba menarik perhatian. Sehingga responden dapat memahami isi dari pesan mengenai pencegahan,

bahaya serta dampak dari narkoba untuk diri sendiri dan juga orang terdekatnya.

Interest

Tabel 4. Kemenarikan Ig Terhadap Minat Baca Isi Pesan Bahaya Narkoba

Ig @bnn_cegahnarkoba membuat orang tertarik membaca isi pesan tentang bahaya narkoba	F	%
Sangat setuju	18	18%
Setuju	57	57%
Cukup Setuju	21	21%
Kurang Setuju	3	3%
Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 4. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 57 (57%) memberikan jawaban setuju. Instagram @bnn_cegahnarkoba membuat orang tertarik membaca isi pesan tentang bahaya narkoba. Dalam hal ini, konten yang terdapat di instagram @bnn_cegahnarkoba selalu memberikan pesan berupa gambar, baik audio maupun visual yang menarik mengenai informasi bahaya, dampak serta pencegahan narkoba, sehingga responden semakin tertarik untuk membaca pesan yang diberikan oleh instagram @bnn_cegahnarkoba.

Tabel 5. Instagram Sebagai Media Untuk Mencari Informasi Pencegahan Narkoba

Ig @bnn_cegahnarkoba membuat Anda tertarik untuk mencari informasi tentang pencegahan narkoba	F	%
Sangat setuju	24	24%
Setuju	56	56%
Cukup Setuju	14	14%
Kurang Setuju	5	5%
Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 5. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 56 (56%) memberikan jawaban setuju. Dalam hal ini Instagram @bnn_cegahnarkoba membuat *followers* tertarik untuk mencari informasi tentang pencegahan narkoba dan informasi yang diberikan akan cepat diterima dan tepat pada sasaran.

Tabel 6. Kemenarikan Postingan Gambar Untuk Di Forward

Gambar-gambar yang diposting oleh Ig @bnn_cegahnarkoba menarik Anda untuk di <i>forward</i> kepada orang lain	F	%
Sangat setuju	28	28%
Setuju	45	45%
Cukup Setuju	21	21%
Kurang Setuju	5	5%
Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 6. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 45 (45%) memberikan jawaban setuju. Gambar-gambar yang diposting oleh instagram @bnn_cegahnarkoba menarik *followers* untuk di *forward* kepada orang lain. Sehingga menjadikan banyak orang lain yang akan mengetahui bahaya narkoba serta bagaimana cara pencegahan narkoba. Dapat diasumsikan bahwa informasi yang dikemas melalui gambar, akan lebih mudah diterima dan dipahami oleh khalayak, hal ini yang menjadikan responden tertarik untuk menyebarkan informasi mengenai pencegahan narkoba kepada rekan dan juga kerabat secara mudah dan cepat.

Tabel 7. Instagram Membuat Berkeinginan Berhenti Menggunakan Narkoba Atau Menyuruh Orang Berhenti Menggunakan Narkoba

Ig @bnn_cegahnarkoba membuat seseorang berkeinginan untuk berhenti menggunakan narkoba (bagi pengguna) atau menyuruh orang berhenti menggunakan narkoba (bagi non pengguna)	F	%
Sangat setuju	23	23%
Setuju	59	59%
Cukup Setuju	14	14%
Kurang Setuju	3	3%
Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 7. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 59 (59%) memberikan jawaban setuju. Hal tersebut menunjukkan instagram @bnn_cegahnarkoba membuat seseorang berkeinginan untuk berhenti menggunakan narkoba (bagi pengguna) atau menyuruh orang berhenti menggunakan narkoba (bagi non pengguna).

Desire

Tabel 8. Pesan Membuat Bersedia Melakukan Edukasi Melalui Instagram Kepada Masyarakat Sekitar

Pesan dalam ig @bnn_cegahnarkoba membuat Anda bersedia melakukan edukasi melalui Ig kepada masyarakat sekitar sesuai dengan arahan BNN	F	%
Sangat setuju	26	26
Setuju	49	49
Cukup Setuju	21	21
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	1	1
Jumlah	100	100

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 8. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 49 (49%) memberikan jawaban setuju. Pesan dalam ig @bnn_cegahnarkoba membuat *followers* bersedia melakukan edukasi melalui instagram

kepada masyarakat sekitar sesuai dengan arahan BNN. Dalam hal ini, responden dapat menambah pengetahuan kepada orang lain mengenai bahaya narkoba dengan cara mengedukasi.

Tabel 9. Pesan Membuat Ikut Mengajak Orang Lain Untuk Berhenti Atau Tidak Menggunakan Narkoba

Pesan dalam Ig @bnn_cegahnarkoba membuat Anda ikut mengajak orang lain untuk berhenti atau tidak menggunakan narkoba	F	%
Sangat setuju	25	25%
Setuju	59	59%
Cukup Setuju	15	15%
Kurang Setuju	0	0%
Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 9. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 59 (59%) memberikan jawaban setuju. Dalam hal ini pesan di instagram @bnn_cegahnarkoba membuat *followers* sadar serta ikut mengajak orang lain untuk berhenti atau tidak menggunakan narkoba.

Tabel 10. Pesan Membuat Anda Ikut Dalam Menyuarakan Bahaya Narkoba Dan Ikut Berpartisipasi

Pesan dalam Ig @bnn_cegahnarkoba membuat Anda ikut dalam menyuarakan bahaya narkoba dan ikut berpartisipasi dalam program BNN	F	%
Sangat setuju	20	20%
Setuju	54	54%
Cukup Setuju	22	22%
Kurang Setuju	3	3%
Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 10. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 54 (54%) memberikan jawaban setuju. Pesan dalam instagram @bnn_cegahnarkoba membuat *followers* ikut dalam menyuarakan bahaya narkoba dan ikut berpartisipasi dalam program BNN dengan mengedukasi bahaya serta pencegahan narkoba melalui pameran yang diadakan oleh BNN.

Action

Tabel 11. Pesan Membuat Ikut Menjadi Salah Satu Anggota Dari Program BNN Dalam Mencegah Narkoba

Pesan dalam Ig @bnn_cegahnarkoba membuat Anda ikut menjadi salah satu anggota dari program BNN dalam mencegah Narkoba	F	%
Sangat setuju	17	17
Setuju	53	53
Cukup Setuju	19	19
Kurang Setuju	9	9
Tidak Setuju	2	2
Jumlah	100	100

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 11. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 53 (53%) memberikan jawaban setuju. Dapat diasumsikan pesan dalam Ig @bnn_cegahnarkoba membuat *followers* ikut menjadi salah satu anggota dari program BNN dalam mencegah narkoba, dimana responden menjadi paham mengenai informasi yang diberikan sehingga responden tertarik untuk mengikuti program BNN dalam mencegah narkoba dengan menjadi salah satu anggotanya.

Efektifitas Secara Keseluruhan Ig BNN Sebagai Media Kampanye

Tabel 12. Informasi Tentang Bahaya Narkoba Di Instagram Efektif

Informasi tentang bahaya narkoba di Ig @bnn_cegahnarkoba efektif	F	%
Sangat setuju	28	28%
Setuju	51	51%
Cukup Setuju	17	17%
Kurang Setuju	3	3%
Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 12. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 51 (51%) memberikan jawaban setuju. Dapat diasumsikan bahwa informasi tentang bahaya narkoba di instagram @bnn_cegahnarkoba efektif dimana responden menjadi ikut merasakan dari besarnya bahaya narkoba di Indonesia.

Tabel 13. Keefektifan Informasi Cara Pencegahan Narkoba Pada Ig

Informasi tentang cara pencegahan narkoba di Ig @bnn_cegahnarkoba efektif	F	%
Sangat setuju	32	32%
Setuju	45	45%
Cukup Setuju	19	19%
Kurang Setuju	3	3%
Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 13. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 45 (45%) memberikan jawaban setuju. Dapat diasumsikan bahwa informasi yang diunggah melalui instagram tentang cara pencegahan narkoba di Ig @bnn_cegahnarkoba efektif dengan cara BNN mengunggah informasi tersebut dalam bentuk kemasan melalui gambar serta animasi sehingga mudah diterima oleh responden.

Tabel 14. Kefektifan Ig Sebagai Media Kampanye Pencegahan Penggunaan Narkoba

Ig @bnn_cegahnarkoba efektif sebagai media kampanye pencegahan penggunaan narkoba	F	%
Sangat setuju	32	32%
Setuju	46	46%
Cukup Setuju	19	19%
Kurang Setuju	2	2%
Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 14. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 46 (46%) memberikan jawaban setuju. Instagram @bnn_cegahnarkoba efektif sebagai media kampanye pencegahan penggunaan narkoba. Dapat diasumsikan bahwa instagram merupakan media yang tepat untuk melakukan media kampanye mengenai pencegahan narkoba sehingga responden menyetujui bahwa instagram efektif sebagai salah satu upaya pencegahan narkoba sebagai media kampanye.

Hasil Penelitian Efektifitas Instagram @bnn_cegahnarkoba Sebagai Media

Kampanye Pencegahan Narkoba

Sehingga hasil dari penilaian para *followers* instagram @bnn_cegahnarkoba mengenai efektifitas instagram @bnn_cegahnarkoba sebagai media kampanye pencegahan narkoba di kalangan *followers*, maka hasil perhitungan mengenai dimensi atau indikator efektifitas dari variabel tersebut hasilnya adalah sebagaimana terlihat pada Tabe 15.

Tabel 15. Hasil Penelitian

Kategori	F	%
Sangat Efektif	43	43%
Efektif	45	45%
Cukup Efektif	11	11%
Kurang Efektif	0	0%
Tidak Efektif	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil olah Peneliti *Coding Sheet*

Dari tabel diatas digambarkan bahwa, responden menjawab dan memberikan penilaian efektif sebanyak 45 (45%) sampai dengan sangat efektif sebanyak 43 (43%). Sehingga dapat dikatakan penilaian terhadap efektifitas instagram @bnn_cegahnarkoba sebagai media kampanye pencegahan narkoba adalah efektif sampai sangat efektif, yang berarti instagram @bnn_cegahnarkoba efektif sebagai media kampanye pencegahan

narkoba. Dan dapat diasumsikan bahwa responden yakni pelajar/mahasiswa mendapatkan informasi mengenai pencegahan narkoba melalui instagram @bnn_cegahnarkoba, meskipun informasi mengenai narkoba tidak hanya di unggah di instagram @bnn_cegahnarkoba, tetapi instagram yang lain seperti @infobnn_ri, @jdih, @bnn_lido.

KESIMPULAN

Hasil mengenai karakteristik responden menunjukkan bahwa dari total 100 *followers* memperlihatkan bahwa sebagian besar *followers* dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan (56%), berusia 25 tahun kebawah (80%), pendidikan terakhir SMU (60%), pekerjaan pelajar/mahasiswa (54%), frekuensi responden dalam penelitian ini menjadi *followers* Ig @bnn_cegahnarkoba kurang dari 6 bulan yang lalu (62%), frekuensi responden mengikuti berita dari Ig @bnn_cegahnarkoba sering tapi tidak selalu (31%), frekuensi responden menggunakan narkoba tidak pernah menggunakan (94%), frekuensi responden anggota keluarga pengguna narkoba (84%), frekuensi responden mempunyai teman pengguna narkoba tidak ada (61%) dan frekuensi responden mengikuti kegiatan atau berpartisipasi dalam kegiatan anti narkoba yang diadakan oleh BNN tidak pernah (42%). Hasil indikator efektifitas yakni peneliti memperlihatkan dengan jelas bahwa sebagian besar *followers* memberikan penilaian dalam kategori efektif dengan penggunaan instagram sebagai media kampanye pencegahan narkoba. Dengan adanya instagram @bnn_cegahnarkoba BNN dapat memberikan informasi pencegahan mengenai bahaya narkoba dengan menautkan point-point dimana cara mencegah, efek penyalahgunaan, peredaran gelap hingga tahap dimana memberantas narkoba. Hasil indikator efek kognitif dari variabel penelitian memperlihatkan dengan jelas bahwa sebagian besar *followers* memberikan penilaian dalam kategori efektif dengan instagram sebagai media kampanye pencegahan narkoba. Dengan menggunakan instagram menjadikan responden mengetahui akan informasi, menjadi paham serta menjadi jelas mengenai pencegahan dan bahaya, serta dampak dari narkoba. Hasil pada indikator efek afektif dari variabel penelitian memperlihatkan dengan jelas bahwa sebagian besar *followers* memberikan penilaian dalam kategori sangat efektif dengan instagram sebagai media kampanye pencegahan narkoba. Dengan menggunakan instagram menjadikan responden turut merasakan bahaya narkoba, turut peduli terhadap pencegahan narkoba, serta setuju dengan pesan-pesan instaram @bnn_cegahnarkoba mengenai pencegahan narkoba. Hasil pada indikator efek konatif dari variabel penelitian memperlihatkan dengan jelas bahwa sebagian besar *followers* memberikan penilaian dalam kategori sangat efektif dengan instagram sebagai media kampanye pencegahan narkoba. Dapat disimpulkan bahwa informasi atau pesan dari indikator konatif menjadikan responden memiliki niat atau sikap untuk mencegah penggunaan serta bahaya mengenai narkoba.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra Wisnu Martha & Muhamad Sulhan (Ed.) *Media Baru, Studi Teoritis & Telaah dari Perspektif Politik dan Sosiokultural*, Yogyakarta : FISIPOL UGM 2010
- Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009

- Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi*, Bandung : Armico, 1989
- Effendy Onong Uchajana, *Dinamika Komunikasi*. PT Remaja Karya, Bandung 2014
- _____, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja RosdaKarya.2017)
- Elecom, seri Kilat Belajar SPPS 17, Jakarta:PT.Alex Media Komputindo, 2008
- Ghazali Miliza, *Buat Duit dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*,(Malaysia: Publishing House,2016)
- Hamid Abdul, *Komunikasi & Public Relations*, CV Pustaka Setia, Bandung:2012
- Hasan Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009
- Jessie Tahitona, Jurusan Humas, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta “ Efektivitas Website Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Sebagai Media Informasi Publik”, 2016.
- Kriyantono Rachmat, *Tehnik Praktis riset Komunikasi*, Jakarta: kencana, 2009
- Martono Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: Rajawali Press, 2010
- Marzuki, *Metode Riset*, Yogyakarta: Prasetya Widi Pratama, 2002
- Nasrullah Rulli. *Media sosial, Perspektif komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2016
- Nazir Moh, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 201
- Oktavia Rina Jurusan Humas, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta ”Efektifitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi Oleh Humas Badan Nasrkotika Nasional (BNN), 201
- Rachmadi F, *Public Relations dalam Teori dan Praktek*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 1994
- Rahmat Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2009*
- Rianse Usman & Abdi, *metodelogi penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasinya)*, Bandung: Alfabeta 200
- Ruslan Rosady, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo, 2006
- _____, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta:2012
- Rudy T. May, *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*, Bandung: PT.Refika Aditama, 2005
- Sari Ayu Kartika Permata, *Jurusan Humas, Fakultas Ilmu Komunikasi*, Universitas Sahid Jakarta “ Efektifitas Pesan Media Sosial *Twitter* @PT Jasamarga Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Masyarakat Pengguna Jalan Tol”, 2016.
- Scoot Cutlip M, Center H Allen, Broom M Glen, *Effective Public Relations*, Jakarta : Kencana, 2011
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009
- Sulianta Feri , *Keajaiban Sosial Media*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2015
- Suprpto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Buku Seru. 2011
- Syamsul Asep, M Romli, *Jurnalistik Online*, Bandung : Nuansa Cendikia, 2012
- Yulianita Neni, *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung: Lppm Unisba, 2007