

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 12, January 2026, P. 345-351
E-ISSN: 2986-6340
Licensed by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18128859>

Strategi Komunikasi Digital akun Instragram @cegah.narkoba terhadap Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba

Digital Communication Strategy of the Instagram Account @cegah.narkoba in Preventing Drug Abuse

Hilmiaturrohmah Nur Habibah

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: nurhhilmia@gmail.com

Abstract

Digital Communication strategies employed by the Instagram platform @cegah.narkoba, an initiative under the Prevention and Community Empowerment Division of the National Narcotics Agency of East Java Province (BNNP Jawa Timur), in promoting public awareness of drug abuse prevention. Using a sociological perspective, this study analyzes how visual narratives, symbolic interaction, and audience engagement contribute to the construction of collective meanings related to anti-drug norms in digital spaces. Through qualitative content analysis, the research explores visual content, messaging strategies, and interactive features utilized on the platform. The findings indicate that @cegah.narkoba consistently employs persuasive visuals, symbolic elements, and interactive communication to effectively reach young audiences and reinforce preventive values. Additionally, collaborations with community organizations, educational institutions, and local influencers enhance message dissemination and strengthen campaign credibility. Overall, the study highlights Instagram's role as a strategic social medium that not only disseminates information but also facilitates the internalization of anti-drug values through shared symbols and participatory engagement.

Keyword : *Digital Communication, Drug Abuse Prevention, Instagram Campaigns*

Abstrak

Strategi komunikasi digital yang digunakan oleh platform Instagram @cegah.narkoba, sebuah inisiatif di bawah Bidang Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Timur (BNNP Jawa Timur), dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap pencegahan penyalahgunaan narkoba. Dengan menggunakan perspektif sosiologis, penelitian ini menganalisis bagaimana narasi visual, interaksi simbolik, dan keterlibatan audiens berkontribusi dalam pembentukan makna kolektif terkait norma anti-narkoba di ruang digital. Melalui analisis konten kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi konten visual, strategi penyampaian pesan, serta fitur interaktif yang dimanfaatkan pada platform tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @cegah.narkoba secara konsisten menggunakan visual persuasif, elemen simbolik, dan komunikasi interaktif untuk menjangkau audiens muda secara efektif serta memperkuat nilai-nilai pencegahan. Selain itu, kolaborasi dengan kelompok masyarakat, institusi pendidikan, dan influencer lokal mampu meningkatkan jangkauan pesan sekaligus memperkuat kredibilitas kampanye. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan peran Instagram sebagai media sosial strategis yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga memfasilitasi internalisasi nilai-nilai anti-narkoba melalui simbol bersama dan keterlibatan partisipatif.

Kata kunci : *Komunikasi Digital, Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba, Kampanye Instagram*

Article Info

Received date: 19 December 2025

Revised date: 22 December 2025

Accepted date: 05 January 2026

PENDAHULUAN

Penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja merupakan permasalahan serius yang terus menjadi perhatian di berbagai negara, termasuk Indonesia. Masa remaja merupakan fase transisi yang rentan terhadap pengaruh lingkungan dan tekanan sosial. Pada tahap ini, individu berada dalam proses pencarian jati diri yang sering kali disertai dengan rasa ingin tahu yang tinggi, keinginan untuk mencoba hal-hal baru, serta kebutuhan untuk diterima dalam kelompok sebaya. Kondisi tersebut menjadikan remaja sebagai kelompok yang paling rentan terhadap penyalahgunaan zat adiktif seperti narkoba (Refeater, 2011).

Namun demikian, perkembangan teknologi komunikasi digital membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses informasi dan membentuk persepsi sosial. Salah satu platform yang paling menonjol dalam arus informasi saat ini adalah media sosial, khususnya Instagram. Dengan kekuatan visual, kemudahan berbagi, serta tingkat interaktivitas yang tinggi, Instagram menjadi saluran strategis dalam menyampaikan berbagai pesan, termasuk kampanye sosial yang bertujuan meningkatkan kesadaran publik terhadap isu-isu penting. Dalam konteks penyalahgunaan narkoba yang masih menjadi permasalahan serius di Indonesia, khususnya di kalangan remaja, media sosial berperan penting sebagai alat komunikasi preventif (Komunikasi et al., 2025).

Berdasarkan data Badan Narkotika Nasional (BNN), tren penyalahgunaan narkoba di kalangan generasi muda masih berada pada tingkat yang mengkhawatirkan. Remaja merupakan kelompok rentan karena berada dalam fase eksplorasi diri, mudah terpengaruh oleh lingkungan, serta memiliki tingkat rasa ingin tahu yang tinggi (Novita Eleanora, 2011). Oleh karena itu, strategi pencegahan penyalahgunaan narkoba tidak dapat hanya mengandalkan pendekatan konvensional, melainkan perlu diperluas ke platform digital yang dekat dengan kehidupan generasi muda. Salah satu upaya yang dilakukan di ranah digital adalah melalui akun Instagram @cegah.narkoba, yang merupakan saluran komunikasi publik dari unit pencegahan di bawah naungan Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Timur. Platform ini secara konsisten menyajikan berbagai konten edukatif, kampanye digital, dan pesan pencegahan yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya remaja, terhadap bahaya penyalahgunaan narkoba (Sciences et al., 2024). Dengan visual yang menarik dan bahasa yang komunikatif, akun ini berupaya menjangkau audiens secara lebih dekat dan persuasif.

Sejalan dengan penggunaan Teori Interaksionisme Simbolik, teori ini merupakan pendekatan yang menekankan makna simbolik dalam kehidupan sosial. Teori ini dikembangkan oleh George Herbert Mead dan dipopulerkan oleh Herbert Blumer. Interaksionisme simbolik menjelaskan bahwa makna sosial tidak terbentuk secara alami, melainkan dikonstruksi melalui interaksi antarindividu dalam masyarakat. Simbol, seperti bahasa, gambar, gestur, maupun tulisan, memiliki makna karena disepakati melalui proses interaksi sosial. Dalam konteks ini, teori interaksionisme simbolik dapat menjelaskan bagaimana komunikasi digital membentuk pemahaman publik terhadap isu penyalahgunaan narkoba (Derung, 2017). Unggahan yang dibagikan mencakup infografis, video, slogan, serta ajakan untuk menjauhi narkoba, yang mengandung simbol-simbol tertentu seperti tanda larangan, tagar kampanye, logo, dan figur publik pendukung.

Melalui simbol-simbol tersebut, dibangun makna bersama mengenai pentingnya menjauhi narkoba, menerapkan gaya hidup sehat, serta memahami bahaya penyalahgunaan zat adiktif. Ketika masyarakat melihat, menyukai, mengomentari, atau membagikan ulang konten dari akun tersebut, maka terjadi proses interaksi simbolik yang memperkuat makna dari simbol-simbol tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan tidak bersifat satu arah semata, melainkan mendorong terbentuknya kesadaran sosial melalui komunikasi timbal balik. Dengan demikian, akun Instagram @cegah.narkoba tidak hanya berfungsi sebagai media promosi atau penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial digital yang membentuk dan mereproduksi makna simbolik di kalangan masyarakat, khususnya remaja dan publik secara umum.

Media sosial terbukti menjadi saluran yang efektif dalam kampanye kesehatan dan pencegahan penyalahgunaan zat adiktif karena tingkat keterlibatan dan aksesibilitasnya yang tinggi di kalangan remaja. Sebagai contoh, sebuah penelitian mengenai efektivitas media sosial terhadap pengetahuan remaja tentang narkoba menunjukkan bahwa kampanye melalui platform seperti Instagram berhasil meningkatkan pemahaman mengenai risiko penyalahgunaan narkoba (ejurnal.biges.ac.id). Temuan ini memperkuat pandangan bahwa media seperti Instagram dapat menjadi sarana strategis dalam upaya pencegahan, terutama mengingat remaja merupakan pengguna aktif konten digital dalam kehidupan sehari-hari. Selain memberikan informasi, media sosial memungkinkan penyampaian pesan secara langsung dan relevan dengan bahasa serta gaya hidup generasi muda. Oleh karena itu, pemanfaatan

Instagram oleh lembaga anti-narkoba mampu menjangkau audiens yang sulit dijangkau melalui metode konvensional seperti sosialisasi tatap muka. Dengan demikian, pergeseran dari media tradisional ke media digital merupakan respons strategis terhadap perubahan demografis dan pola komunikasi di era modern (Plackett et al., n.d.).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam bagaimana akun Instagram @cegah.narkoba berperan dalam upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba melalui media digital sebagai sarana penyampaian pesan. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna, representasi, serta strategi komunikasi yang tidak hanya bersifat tertulis atau visual, tetapi juga sosial dan simbolik di balik konten yang disajikan (Saleh, 2017).

Objek penelitian ini adalah akun Instagram milik salah satu Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Badan Narkotika Nasional (BNN) Provinsi Jawa Timur. Akun tersebut dipilih karena secara aktif memproduksi konten kampanye digital yang berkaitan dengan isu penyalahgunaan narkoba dan ditujukan kepada masyarakat luas, dengan sasaran utama remaja dan generasi muda. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan tiga teknik utama.

Pertama, observasi konten yang dilakukan dengan cara mengamati dan mendokumentasikan berbagai unggahan pada akun Instagram @cegah.narkoba dalam periode tertentu, meliputi gambar, video, caption, tagar, serta interaksi yang terjadi pada kolom komentar. Kedua, wawancara mendalam yang dilakukan secara semi-terstruktur dengan pengelola akun Instagram untuk menggali latar belakang penggunaan strategi komunikasi serta tujuan dari kampanye digital yang dijalankan. Ketiga, dokumentasi berupa arsip unggahan, tangkapan layar, serta data keterlibatan audiens seperti jumlah tanda suka, komentar, dan unggahan ulang yang digunakan sebagai indikator awal respons publik.

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis untuk mengidentifikasi simbol, narasi, dan representasi sosial yang muncul dalam konten kampanye. Analisis difokuskan pada struktur pesan, gaya komunikasi, serta cara konten ditargetkan dan direspons oleh audiens. Lebih lanjut, data dan temuan penelitian dianalisis menggunakan teori Konstruksi Sosial realitas dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann untuk memahami peran akun Instagram tersebut dalam membentuk kesadaran sosial mengenai bahaya penyalahgunaan narkoba. Untuk menjamin keabsahan data, penulis menerapkan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil observasi konten, wawancara, dan dokumentasi guna memastikan konsistensi informasi dan memperkuat temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks kampanye anti-narkoba, konten visual yang menarik serta format penyajian yang tepat sangat menentukan tingkat efektivitas pesan. Berbagai studi mengenai kampanye kesehatan mental digital menunjukkan bahwa fitur video pendek seperti *reels* atau klip singkat di Instagram cenderung memperoleh jangkauan dan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan unggahan statis di *feed* (Imsa et al., 2023). Temuan ini mendorong kampanye untuk lebih mengoptimalkan penggunaan video, infografis, dan ilustrasi dibandingkan mengandalkan penjelasan tekstual yang panjang, guna memastikan pesan dapat diterima secara cepat dan mampu menarik perhatian remaja. Hal ini sejalan dengan pendekatan simbolik dalam komunikasi sosial, di mana gambar, warna, bentuk, simbol larangan, serta pesan persuasif berperan dalam memperkuat proses pembentukan makna dan meningkatkan daya komunikatif. Dengan rancangan konten yang baik, kampanye digital dapat membentuk persepsi secara lebih efektif dan mendukung perubahan sikap terhadap pencegahan narkoba (Alshahrani, 2024).

Studi empiris terhadap akun Instagram resmi Badan Narkotika Nasional (BNN) menunjukkan hasil yang positif. Survei terhadap pengikut akun tersebut mengindikasikan bahwa 88% responden

menilai kampanye yang disampaikan sebagai “efektif” atau “sangat efektif” dalam menyampaikan pesan pencegahan narkoba (Sholihah, 2015). Temuan ini memberikan bukti konkret bahwa kampanye digital bukan sekadar konsep teoretis, melainkan memiliki dampak dan jangkauan yang signifikan. Dari perspektif teori komunikasi, hasil tersebut mendukung model persuasi yang menyatakan bahwa informasi yang relevan, disajikan secara menarik, dan disesuaikan dengan karakteristik audiens sasaran dapat memengaruhi pengetahuan, sikap, bahkan niat perilaku. Pada kelompok remaja yang sangat responsif terhadap media visual dan digital, strategi semacam ini terbukti lebih efektif dibandingkan pendekatan konvensional semata.

Penelitian mengenai kampanye anti narkoba melalui media baru di kalangan generasi muda, termasuk Generasi Z, menekankan pentingnya melibatkan audiens sebagai partisipan aktif, bukan sekadar penerima pesan pasif. Penelitian tersebut menemukan bahwa konten seperti video pendek, infografis, dan kisah personal dari sesama remaja dipersepsikan lebih kredibel dibandingkan pesan formal institusional. Respon dari sebagian teman menjadi penasaran dan tertarik tentang Badan Narkotika Nasional.

“wah seru yah di BNN, ngapain aja sih kalau tergabung dengan BNN, apa aja she tugasnya BNN itu?” interest tentang apa yang penulis lakukan dan BNN lakukan jika ada isu dan kasus yang akan ditangani.

“gimana cara ya caramnya biar content bisa terlihat menarik? Apalagi edukasi hal sensitive gitu dan jadi talent biar bisa meyakinkan audiens?” pertanyaan yang ditanyakan tentang yang penulis lakukan saat pembuatan konten seperti proses perancangan konten, mulai dari ide dan konsep, penyusunan naskah, proses take video, editing sampai dengan finishing yang nantinya akan di ajukan serta disetujui oleh pihak terkait.

Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi antarteman (*peer-to-peer communication*) dan konten yang autentik memiliki potensi besar dalam membentuk kesadaran dan mendorong perubahan sosial. Remaja cenderung merasa lebih terhubung dan terlibat ketika konten berasal dari kelompok sebaya, sehingga meningkatkan kemungkinan internalisasi pesan. Dengan demikian, kampanye digital yang mengintegrasikan interaksi sosial dan partisipasi audiens secara aktif mampu memperkuat makna simbolik yang ingin dibangun.

Dengan mengintegrasikan perspektif teoretis seperti interaksionisme simbolik dan temuan empiris dari penelitian kontemporer, dapat disimpulkan bahwa kampanye anti narkoba di media sosial menyediakan fondasi yang kuat bagi upaya pencegahan. Kampanye digital memungkinkan konstruksi makna baru yang membingkai narkoba sebagai ancaman nyata sekaligus mempromosikan gaya hidup sehat yang bernilai bagi remaja. Melalui interaksi sosial digital seperti *likes*, komentar, dan *shares*, pesan tidak hanya ditransmisikan, tetapi juga direproduksi dan diperkuat dalam komunitas. Hal ini menempatkan kampanye media sosial sebagai ruang sosial dinamis dalam membangun dan mereproduksi nilai kolektif terkait narkoba. Oleh karena itu, kombinasi antara konten visual kreatif, strategi komunikasi yang relevan, dan partisipasi aktif generasi muda menjadi kunci keberhasilan pencegahan penyalahgunaan narkoba di era digital. Menurut sebagian staff BNNP Jawa Timur, edukasi melalui platform digital ini bisa membantu tim dalam menyampaikan informasi yang belum diketahui oleh masyarakat terkait fungsi dan tugas Badan Narkotika Nasional dan menurut beberapa staff juga memiliki kriteria dan cara penyampaian yang berbeda, sebab BNNP Jawa Timur memiliki official account yang mempunyai konsep tersendiri dari account dari divisi P2M yang mengalir dengan trend namun tetap relate dengan kehidupan sehari-hari.

Cegah Narkoba merupakan platform komunikasi publik berbasis Instagram yang didirikan pada Oktober 2020 dengan tujuan utama menyebarluaskan informasi dari Bidang Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Timur. Sebagai inisiatif digital yang telah beroperasi hampir enam tahun, platform ini memanfaatkan konten Instagram sebagai bentuk sosialisasi tidak langsung kepada masyarakat mengenai bahaya penyalahgunaan narkoba.

Strategi komunikasinya menekankan penyampaian pesan yang dekat dengan situasi kehidupan sehari-hari, sehingga audiens, khususnya masyarakat awam, dapat dengan mudah memahami risiko narkoba. Selain itu, platform ini mendorong partisipasi aktif warganet dalam menyebarkan pesan-pesan positif dan preventif melalui kolaborasi dengan institusi dan komunitas anti narkoba. Orientasi edukatif *Cegah Narkoba* mendukung masyarakat untuk memanfaatkan perkembangan teknologi secara produktif dalam menyebarkan narasi anti narkoba secara lebih luas (Paul, 2025).

Visi Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Timur (BNNP Jatim) adalah “mewujudkan masyarakat Jawa Timur yang sehat dan bersih dari penyalahgunaan narkoba guna mendukung terciptanya sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing di seluruh bidang.” Visi ini selaras dengan Rencana Strategis Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia tahun 2020–2024 yang menekankan “terwujudnya masyarakat yang terlindungi dan terselamatkan dari kejahatan narkoba.” Sementara itu, misinya menegaskan pentingnya penggerakan kapasitas kolektif masyarakat dalam upaya pencegahan, rehabilitasi, serta pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba. Pernyataan visi dan misi tersebut mencerminkan komitmen jangka panjang BNNP Jatim dalam melindungi masyarakat dan memastikan implementasi program anti narkoba secara efektif (Komunikasi et al., 2024).

Sejalan dengan mandat tersebut, BNNP Jatim merumuskan strategi komunikasi yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan masyarakat, baik di wilayah pedesaan maupun perkotaan, dalam kerangka besar P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkoba). Upaya ini mencakup program berkelanjutan untuk pemulihan dan pemberdayaan wilayah rawan, serta distribusi informasi preventif secara efisien dan efektif. Seluruh langkah tersebut mengacu pada Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 2020 tentang Rencana Aksi Nasional P4GN Tahun 2020–2024, yang menekankan program pencegahan berbasis penguatan kognitif dan perilaku masyarakat (Pencegahan, 2024). Menurut kepala Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Timur tahun 2024–2025, pesan Bapak Brigjen. Pol. Awang Joko Rumirot yang di sampaikan melalui kepala divisi P2M Bapak Hari Prianto, S.E

“Saat ini bapak awang ingin menekankan sosialisasi melalui media sosial, bagaimana kita harus bisa memberikan pemahaman pada masyarakat luar tentang pencegahan penyalahgunaan narkoba. Karena kemungkinan besar orang akan takut jika tiba-tiba kita mendekat dan memberitahu secara langsung, yang ada orang takut. Maka dari itu bagaimana kita harus bisa memanfaatkan media ini sebagai alat kita dalam memberikan pemahaman secara halus tanpa mengintimidasi pihak yang terkait maupun tidak.”

Strategi komunikasi visual dan naratif yang diterapkan oleh akun @cegah.narkoba menunjukkan upaya sadar dalam membangun simbol kolektif yang mudah dikenali, khususnya oleh kalangan muda. Penggunaan palet warna yang konsisten, ikon logo, serta struktur infografis yang ringkas berkontribusi pada koherensi merek dan memperkuat daya ingat pesan audiens. Integrasi video pendek, parodi humor, dan narasi kreatif mencerminkan pemahaman yang kuat terhadap pola konsumsi media kontemporer. Dari sudut pandang teori komunikasi sosiologis, struktur simbolik ini mendukung internalisasi makna, sehingga pesan anti narkoba berfungsi tidak hanya sebagai informasi kognitif, tetapi juga sebagai simbol sosial bersama (Azizah et al., 2025).

Dinamika keterlibatan audiens menunjukkan pentingnya kombinasi antara konten informatif dan partisipatif untuk menjaga kesadaran publik jangka panjang. Fitur interaktif seperti kuis, tantangan, dan ajakan bertindak (*call to action*) terbukti menghasilkan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi. Namun demikian, sebagian besar respons audiens masih bersifat dangkal, terbatas pada tanda suka dan emoji. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme yang mendorong interaksi yang lebih mendalam, seperti sesi tanya jawab dengan pakar atau diskusi berbasis komunitas.

Kolaborasi lintas sektor yang melibatkan lembaga pemerintah, institusi akademik, komunitas anti-narkoba, dan influencer lokal menjadi pendekatan strategis berbasis jejaring untuk memperluas

jangkauan pesan dan meningkatkan legitimasi kampanye. Mengacu pada teori *two step flow*, pesan pencegahan menjadi lebih persuasif ketika diperkuat oleh pemimpin opini yang kredibel di kalangan remaja (Rutherford et al., 2023). Kolaborasi yang dilakukan juga harus memiliki pilihan kategori dan kriteria, seperti halnya dengan tokoh masyarakat atau tokoh berpengaruh dalam bidangnya. Tokoh yang masuk pada kriteria penulis saat itu adalah Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dalam menyampaikan bagaimana peran kampus dalam pencegahan penyalahgunaan narkoba di lingkungan kampus. Menurut Bapak Prof. Akh. Muzakki, M.Ag., Grad.Dip.SEA., M.Phil., Ph.D selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

“Narkoba itu membahayakan, kampus harus bisa menjadi rumah kedua sebagai tempat yang aman dan nyaman bagi kita semua untuk beraktivitas. Serta menjadi ekosistem untuk membangun kesadaran kita semua untuk bersama-sama menjauhi narkoba. Dalam agama mengingatkan dan mengajarkan kita dalam menjauhi segala yang membahayakan keamanan jiwa, Hifdzun Nafs.” Reminder secara tidak langsung oleh tokoh berpengaruh di suatu instansi yang dapat didengar oleh masyarakat karena sudah memiliki label atau bisa dikatakan sebagai kiblat masyarakat untuk mendengar informasi yang disampaikan. Sehingga lebih mudah dalam menggait audiens untuk melihat dan juga meyakinkan kepada sebagian orang dalam bahaya penyalahgunaan narkoba melalui platform digital.

Tantangan utama kampanye anti narkoba digital adalah persaingan dengan konten yang menormalisasi atau mengglorifikasi penggunaan narkoba serta pengaruh algoritma platform. Oleh karena itu, diperlukan strategi amplifikasi, optimasi teknis, serta kesiapan komunikasi krisis untuk menangkal disinformasi. Evaluasi dampak juga menjadi aspek krusial, karena metrik permukaan seperti *likes* dan jangkauan tidak selalu mencerminkan perubahan sikap atau perilaku. Integrasi metode evaluasi berbasis bukti dan jangka panjang menjadi kunci keberlanjutan program.

SIMPULAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun Instagram @cegah.narkoba memiliki peran sosiologis yang signifikan dalam membentuk kesadaran publik terhadap pencegahan penyalahgunaan narkoba. Melalui identitas visual yang konsisten, pembingkai narasi yang terstruktur, serta penggunaan format konten yang relevan dengan kehidupan audiens, platform ini berhasil memfasilitasi proses pembentukan makna di kalangan pengikutnya (Ariyanto, 2021). Desain komunikasi tersebut memperkuat simbol-simbol kolektif yang memposisikan penolakan terhadap narkoba sebagai norma sosial bersama, khususnya di kalangan remaja. Selain itu, integrasi pesan edukatif dengan media interaktif terbukti meningkatkan keterlibatan audiens dan mendorong perilaku partisipatif yang mendukung kampanye pencegahan (Lestari & Wibowo, 2020). Temuan ini menegaskan bahwa platform digital dapat berfungsi sebagai agen sosialisasi yang efektif dalam upaya anti-narkoba di era kontemporer.

Penelitian ini menyoroti bahwa jejaring kolaboratif, pemanfaatan analitik keterlibatan audiens, serta integrasi dengan kebijakan P4GN yang lebih luas merupakan faktor penting dalam memperkuat dampak sosiologis kampanye pencegahan berbasis digital. Kolaborasi multi aktor berkontribusi dalam memperluas legitimasi pesan dan jangkauan sosialnya, sejalan dengan teori *two-step flow of communication* yang menekankan peran aktor berpengaruh dalam memperkuat adopsi pesan di berbagai komunitas (Prabowo, 2019). Namun demikian, tantangan masih dihadapi, persaingan dengan konten yang belum sepenuhnya bertransformasi menjadi perubahan norma atau perilaku. Oleh karena itu, evaluasi berkelanjutan dan pengembangan konten berbasis bukti menjadi hal yang krusial untuk menjaga dampak jangka panjang dan kredibilitas kampanye (Sari, 2022). Secara keseluruhan, strategi komunikasi berbasis Instagram memiliki potensi besar sebagai instrumen sosioteknis dalam mempromosikan norma pencegahan dan mendukung agenda nasional anti narkoba di BNNP Jawa Timur.

REFERENSI

- Alshahrani, N. Z. (2024). Letter to editor. *Journal of Medicine, Surgery, and Public Health*, 4(October), 100149.
<https://doi.org/10.1016/j.glmedi.2024.100149>
- Azizah, A. K., Rahmawati, D., & Petra, U. K. (2025). Social media as an early warning system for drug prevention: Case study of Surabaya's digital surveillance program. *ESISCS*, 2(3), 171–182.
<https://doi.org/10.58812/esiscs.v2i03>
- Fadillah, R. (2018). Hegemoni media dan pembentukan opini publik dalam isu sosial remaja. *Jurnal Komunikasi dan Sosial*, 12(2), 145–158.
- Hidayat, M. A. (2020). Sistem sosial dan komunikasi publik dalam era digital. *Jurnal Sositelknologi*, 19(3), 254–266.
- Imsa, M. A., Sari, W. P., & Putriana, M. (2023). Efektivitas media baru dalam penyampaian pesan kampanye kesehatan mental. *Interaksi Peradaban: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1, 1–15.
- Komunikasi, P. I., Ilmu, F., Politik, I., & Utara, U. S. (2025). Generasi Z sebagai digital natives. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(12).
- Komunikasi, P. I., Sosial, J. I., Ilmu, F., & Politik, I. (2024). Strategi humas digital Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Timur dalam membuat konten pencegahan penyalahgunaan narkoba (Studi media sosial Instagram @infobnnp_jatim dan website jatim.bnn.go.id). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8, 181–191.
- Lestari, D. (2021). Perubahan perilaku masyarakat melalui kampanye digital: Kajian komunikasi kesehatan. *Jurnal Ilmu Sosial Modern*, 9(1), 33–47.
- Paul, B. (2025). *The impact of social media on health behaviors: A systematic review* (pp. 1–16).
- Pencegahan, D. B. (2024). *Rencana strategis 2020–2024*.
- Plackett, R., Steward, J., Kassianos, A. P., Duenger, M., Sheringham, J., Cooper, S., Biddle, L., Kidger, J., & Street, R. H. (n.d.). The effectiveness of social media campaigns in improving knowledge and attitudes toward mental health and help-seeking in high-income countries: A scoping review. *Journal of Medical Internet Research*, 27, 1–17.
<https://doi.org/10.2196/68124>
- Prasetyo, B. (2021). Media sosial sebagai arena produksi wacana publik. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 7(2), 101–118.
- Rahmawati, F. (2019). Masyarakat jejaring dan dinamika kolaborasi dalam gerakan sosial digital. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 13(1), 67–80.
- Rutherford, B. N., Lim, C. C. W., Johnson, B., Cheng, B., Chung, J., Huang, S., Sun, T., Stjepanovi, D., Chan, G. C. K., & Leung, J. (2023). #TurntTrending: A systematic review of substance use portrayals on social media platforms. *Addiction*, 118(2), 206–217.
<https://doi.org/10.1111/add.16020>
- Sari, L. D. (2020). Interaksi simbolik dalam komunikasi digital remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 5(1), 22–34.
- Sholihah, Q. (2015). Efektivitas program P4GN terhadap pencegahan penyalahgunaan NAPZA. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 10(2), 153.
<https://doi.org/10.15294/kemas.v10i2.3376>
- Utami, R. (2022). Tindakan sosial dalam perilaku pengguna media sosial: Analisis atas partisipasi digital. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 4(2), 77–90.
- Wijaya, H. (2019). Konstruksi sosial realitas melalui media digital. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 21(3), 289–302.