

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 12, January 2026, P. 463-470
E-ISSN: 2986-6340
Licensed by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18159721>

Optimalisasi Program P4GN BNN Kota Surabaya Melalui Media Digital

(Optimizing the Surabaya City BNN's P4GN Program through Digital Media)

Ikrimah Tsuraya¹, Dwi Setianingsih²

^{1,2} Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
 Surabaya

Email: ikrimahtsuraya@gmail.com

Abstract

Drug abuse is a crucial issue that has a significant impact on various segments of society. In this regard, the Surabaya City National Narcotics Agency (BNN) utilizes digital platforms as part of its public communication strategy to support the implementation of the Drug Prevention, Eradication, Abuse, and Illicit Trafficking (P4GN) Program. This study aims to evaluate the extent to which the Surabaya National Narcotics Agency (BNNK) optimizes the use of digital media, while identifying the obstacles faced and the strategies implemented. Using a qualitative descriptive approach, data was collected through interviews, observation, and documentation of the digital activities carried out by the Surabaya National Narcotics Agency (BNNK). The research findings indicate that social media such as Instagram, TikTok, YouTube, X, and Facebook have been actively utilized to disseminate educational content and anti-drug campaigns. However, the use of digital media still faces challenges such as limited human resources, limited budgets, the digital literacy gap, and a lack of two-way interaction with users. To address these challenges, the Surabaya City BNN implemented various strategies, including internal training, collaboration with influencers, and active employee involvement in the content dissemination process. This optimization effort is a strategic step in increasing collective public awareness of the dangers of drugs through a more responsive, inclusive, and sustainable digital communication approach.

Keywords: *Optimization, Digital Media, P4GN Program*

Abstrak

Penyalahgunaan narkoba merupakan isu krusial yang memberikan dampak signifikan terhadap berbagai kalangan masyarakat. Dalam hal ini, Badan Narkotika Nasional (BNN) Kota Surabaya memanfaatkan platform digital sebagai bagian dari strategi komunikasi publik guna mendukung pelaksanaan Program Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN). Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana BNNK Surabaya mengoptimalkan penggunaan media digital, sekaligus mengidentifikasi hambatan yang dihadapi serta strategi yang dijalankan. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap aktivitas digital yang dilakukan oleh BNNK Surabaya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, X, dan Facebook telah dimanfaatkan secara aktif untuk menyebarkan konten edukatif serta kampanye antinarkoba. Meskipun demikian, pemanfaatan media digital masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia, anggaran yang terbatas, kesenjangan literasi digital, dan kurangnya interaksi dua arah dengan pengguna. Untuk mengatasi tantangan ini, BNN Kota Surabaya menerapkan berbagai strategi, termasuk pelatihan internal, kerja sama dengan influencer, serta pelibatan aktif pegawai dalam proses penyebaran konten. Upaya optimalisasi ini menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kesadaran kolektif masyarakat akan bahaya narkoba melalui pendekatan komunikasi digital yang lebih responsif, inklusif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Optimalisasi, Media Digital, Program P4GN*

Article Info

Received date: 19 December 2025

Revised date: 22 December 2025

Accepted date: 06 January 2026

PENDAHULUAN

Prevalensi penyalahgunaan narkoba di Indonesia terus menunjukkan peningkatan, disertai dengan kompleksitas persoalan yang ditimbulkannya. Tindak kejahatan yang berkaitan dengan narkoba memiliki potensi untuk memengaruhi masyarakat di seluruh lapisan sosial ekonomi karena karakteristiknya yang lintas negara, terorganisir, dan bersifat serius. Khususnya, penyalahgunaan narkoba di kalangan pelajar dan remaja menjadi persoalan multidimensi yang memerlukan keterlibatan

berbagai pemangku kepentingan. Pihak-pihak tersebut mencakup pemerintah, aparat penegak hukum, masyarakat umum, media, keluarga, serta para remaja sendiri, menjadikan persoalan ini sulit untuk diselesaikan. Kurangnya pengetahuan tentang narkoba atau ketidaktahuan terhadap jenis dan dampaknya membuat seseorang lebih rentan menjadi korban dari para pelaku peredaran narkoba yang tidak bertanggung jawab (Siratama dkk, 2024).

Di era digital saat ini, media digital menjadi sarana yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan interaktif, termasuk edukasi tentang bahaya narkoba kepada masyarakat digital yang dikenal sebagai netizen. Menyadari hal ini, BNNK Surabaya memiliki aktivitas Humas yang cukup aktif sebagai upaya untuk meningkatkan penyampaian informasi publik, membangun kepercayaan, serta memperkuat citra positif di tengah masyarakat. Peran Humas sebagai penghubung komunikasi antara lembaga dan masyarakat sangat krusial (Septi dkk, 2024), terutama dalam mendistribusikan informasi melalui berbagai platform digital.

BNN Kota Surabaya menggunakan sejumlah media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan X (Twitter) untuk menjangkau publik. Saat ini, hampir semua instansi, termasuk BNNK Surabaya, telah memanfaatkan media-media tersebut untuk memperluas jangkauan informasinya. Pemanfaatan media digital akan lebih efektif jika dilakukan dengan perencanaan yang matang (Septi dkk, 2024), karena hal ini tidak hanya mendukung peran Humas tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan citra lembaga (Nugraha & Irwansyah, 2022; Pienrasmi, 2015; Sardi, 2021) serta menjadi sarana interaksi langsung dengan masyarakat (Sazali & Sukriah, 2021; Wulan, 2023).

Dalam konteks Program P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkotika), BNN Kota Surabaya menggunakan media digital untuk menyampaikan pesan-pesan edukatif dan informasi mengenai upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba. Sasaran informasi mencakup berbagai lapisan usia dan kelompok masyarakat, terutama mereka yang memiliki ketertarikan terhadap isu narkoba. Kota Surabaya, sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia, merupakan wilayah yang strategis dalam pelaksanaan program ini, mengingat tingginya mobilitas penduduk dan kerentanannya terhadap peredaran narkoba.

Berbagai langkah telah diambil, tantangan besar masih dihadapi dalam upaya pencegahan penggunaan narkoba di kalangan remaja maupun orang dewasa. Fakta menunjukkan bahwa sejumlah pelajar di tingkat sekolah dasar dan menengah pertama telah terlibat dalam penyalahgunaan narkoba (Rusdiyanto dkk, 2024). Dalam hal ini, optimalisasi penggunaan media digital menjadi salah satu pendekatan penting untuk mendukung keberhasilan implementasi Program P4GN, terutama dalam meningkatkan kesadaran serta keterlibatan aktif masyarakat. BNN Kota Surabaya secara aktif memanfaatkan berbagai media seperti website resmi, Instagram, Facebook, TikTok, X, dan YouTube untuk menyebarkan konten kampanye antinarkoba, materi edukatif, serta dokumentasi kegiatan berbasis komunitas. Kendati demikian, efektivitas dan jangkauan media digital ini masih memerlukan peningkatan agar dapat menjangkau seluruh segmen masyarakat secara lebih merata, khususnya generasi muda yang merupakan target utama program.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengevaluasi sejauh mana pemanfaatan media digital telah mendukung pelaksanaan Program P4GN di wilayah Surabaya, serta merumuskan strategi digital yang lebih optimal, efektif, dan berkelanjutan. Media sosial kini telah menjadi elemen kunci dalam strategi komunikasi BNN Surabaya. Melalui pendekatan yang inovatif dan responsif terhadap perkembangan teknologi, media sosial telah dimanfaatkan sebagai alat kampanye yang ampuh dalam mencegah serta memberantas penyalahgunaan narkoba. Optimalisasi ini tidak hanya mendorong keberhasilan program, tetapi juga memperkuat kesadaran kolektif masyarakat dalam menciptakan lingkungan yang bersih dari narkoba.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggali pemahaman secara menyeluruh terkait strategi optimalisasi pemanfaatan media digital oleh BNN Kota Surabaya dalam mendukung pelaksanaan Program P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkoba). Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui peran serta efektivitas media digital dalam kegiatan penyuluhan dan kampanye anti-narkoba. Lokasi penelitian berada di Kantor BNN Kota Surabaya, dengan tambahan data diperoleh melalui pemantauan terhadap akun media digital resmi milik BNNK Surabaya, seperti Instagram, TikTok, X (sebelumnya Twitter), YouTube, Facebook, dan situs web resmi. Pemilihan informan dilakukan secara purposif, yaitu berdasarkan kriteria tertentu, yakni mereka yang memiliki keterlibatan langsung dalam pengelolaan media digital serta pelaksanaan program P4GN.

Informan utama dalam penelitian ini terdiri dari Tim Humas atau pengelola media sosial BNNK Surabaya, serta Kepala Tim Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat BNN Kota Surabaya. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan staf BNNK Surabaya yang terkait dengan fungsi P2M dan Humas, observasi terhadap aktivitas penggunaan media digital, serta dokumentasi berupa pengarsipan dan tangkapan layar konten yang dipublikasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Media Digital oleh BNN Kota Surabaya dalam Mendukung Program P4GN

BNN Kota Surabaya telah mengoptimalkan berbagai platform media digital sebagai alat untuk menyebarluaskan informasi serta memberikan edukasi terkait pelaksanaan Program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan serta Peredaran Gelap Narkotika (P4GN). Di era digital saat ini, masyarakat lebih memilih mengakses informasi melalui media sosial dibandingkan dengan media konvensional lainnya. Oleh karena itu, platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter dimanfaatkan untuk mendistribusikan konten edukatif, kampanye anti-narkoba, serta dokumentasi kegiatan penyuluhan. Selain media sosial, BNNK Surabaya juga menggunakan situs web resmi dan platform berbagi video seperti YouTube untuk memperluas jangkauan pesan P4GN, khususnya kepada kelompok usia muda.

Pengelolaan akun media sosial BNNK Surabaya dilakukan oleh tim Humas dengan menyajikan berbagai unggahan mengenai aktivitas institusi serta informasi yang berkaitan dengan bahaya narkoba. Konten-konten ini berfungsi sebagai sarana preventif terhadap penyalahgunaan narkoba di tengah masyarakat digital. Keberhasilan pengelolaan media sosial dapat dilihat dari penyusunan konsep konten yang matang dan niat, pemilihan waktu unggah yang terjadwal, serta penyesuaian dengan tren atau insight yang berkembang di masing-masing platform, sehingga penyampaian informasi menjadi lebih luas, tepat sasaran, dan berpotensi masuk ke dalam rekomendasi algoritma (fyp) pengguna. Pemberian edukasi dan informasi secara intensif, terencana, dan efektif melalui media sosial diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai risiko penyalahgunaan narkoba, sehingga kasus penyalahgunaan, khususnya di wilayah Surabaya, dapat ditekan atau setidaknya diminimalkan. Berdasarkan pengamatan peneliti, pengelolaan akun media sosial oleh BNNK Surabaya sudah cukup optimal. Hal ini ditunjukkan dari konsistensi dalam mempublikasikan kegiatan maupun program kerja lembaga yang selaras dengan perkembangan zaman.

Dalam konteks komunikasi massa, pemanfaatan media sosial oleh BNN Surabaya juga dapat dipandang sebagai bentuk komunikasi interaktif. Tidak hanya berperan sebagai sarana penyebaran informasi satu arah, media sosial memungkinkan publik untuk memberikan umpan balik, melaporkan tindakan yang mencurigakan, dan turut menyebarluaskan pesan kampanye anti-narkoba. Pendekatan ini menciptakan efek pengganda (*multiplier effect*) yang signifikan dalam mendukung keberhasilan Program P4GN.

Kendala yang Dihadapi Dalam Penggunaan Media Digital

Meskipun pemanfaatan media digital oleh BNN Kota Surabaya telah menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam mendukung pelaksanaan Program P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkoba), proses implementasinya masih menghadapi sejumlah hambatan yang menghalangi tercapainya optimalisasi secara menyeluruh. Kendala-kendala tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori, seperti keterbatasan sumber daya manusia, minimnya anggaran, segmentasi audiens yang belum merata, serta tantangan teknis dan komunikasi. Salah satu tantangan utama adalah kebutuhan akan konten yang konsisten, menarik, dan berbasis data. Selain itu, keberadaan hoaks dan informasi keliru terkait narkoba di dunia digital juga menjadi tantangan tersendiri yang harus diantisipasi.

Salah satu kendala paling menonjol adalah kekurangan tenaga profesional yang kompeten di bidang komunikasi digital. Saat ini, pengelolaan media sosial BNN Kota Surabaya masih didominasi oleh tim Humas, yang sebagian besar belum memiliki latar belakang khusus dalam bidang desain grafis, produksi konten visual, copywriting, maupun digital marketing. Akibatnya, materi yang dihasilkan sering kali monoton, kurang inovatif, dan tidak sepenuhnya relevan dengan perkembangan tren media sosial yang sangat dinamis. Padahal, dalam kampanye digital P4GN, diperlukan konten yang tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mampu menarik perhatian secara visual dan emosional agar dapat bersaing di tengah kebisingan informasi yang memenuhi ruang digital. Selain keterbatasan SDM, minimnya alokasi anggaran untuk pengembangan media digital juga menjadi hambatan yang signifikan. Sebagian besar dana lebih difokuskan pada kegiatan luring seperti penyuluhan langsung, kampanye di sekolah, atau pencetakan materi sosialisasi. Akibatnya, pengelolaan media digital masih dilakukan secara terbatas, baik dari sisi peralatan produksi maupun kolaborasi dengan pihak eksternal seperti agensi digital atau kreator konten lokal. Keterbatasan dana juga memengaruhi frekuensi dan kualitas unggahan, termasuk dalam hal penyuntingan video, pembuatan animasi edukatif, atau distribusi konten melalui kanal berbayar seperti iklan di media sosial.

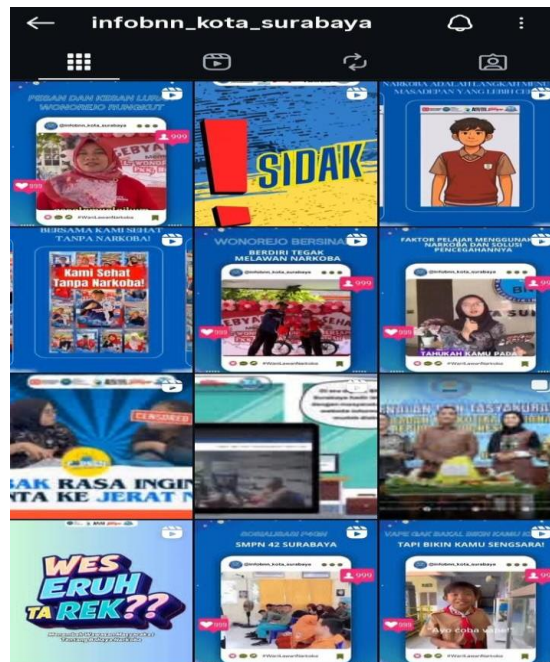
Tantangan lainnya adalah kesenjangan literasi digital di masyarakat. Tidak semua kelompok masyarakat memiliki akses yang memadai, keterampilan, ataupun ketertarikan untuk mengakses dan memahami konten digital. Misalnya, kalangan lanjut usia, masyarakat ekonomi rendah, atau mereka yang tinggal di wilayah dengan koneksi internet terbatas kerap kali tidak terjangkau oleh kampanye digital. Selain itu, BNN Kota Surabaya dihadapkan pada kebutuhan untuk menyesuaikan pesan serta gaya komunikasi sesuai dengan keragaman karakteristik audiens, mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja, hingga kelompok rentan. Tanpa segmentasi yang tepat dan strategi komunikasi yang sesuai, penyampaian pesan P4GN berisiko tidak efektif atau bahkan gagal mencapai kelompok sasaran utama.

Media digital pada dasarnya memiliki potensi besar dalam menciptakan komunikasi dua arah antara lembaga dan masyarakat. Namun, dalam praktiknya, akun media sosial BNN Kota Surabaya cenderung masih bersifat satu arah atau top-down, di mana informasi disampaikan tanpa diiringi ruang dialog yang memadai. Rendahnya tingkat partisipasi audiens, seperti komentar, tanggapan, atau kontribusi dalam kampanye, dapat disebabkan oleh gaya komunikasi yang kaku, minimnya interaksi langsung dari pengelola akun, serta terbatasnya konten partisipatif seperti polling, sesi tanya jawab, atau kampanye berbasis kontribusi pengguna (user-generated content). Akibatnya, media sosial belum sepenuhnya mampu membangun hubungan emosional yang kuat dengan masyarakat. Platform-platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memiliki algoritma yang terus berubah dan sangat menentukan sejauh mana sebuah konten dapat menjangkau pengguna. Tanpa pemahaman mendalam tentang cara kerja algoritma ini—seperti pentingnya konsistensi unggahan, penggunaan tagar yang relevan, durasi konten yang ideal, dan tingkat interaksi—konten edukatif yang diunggah BNN berisiko tidak menjangkau audiens secara optimal. Di samping itu, belum maksimalnya penggunaan data analitik media sosial untuk mengevaluasi performa konten juga menjadi penghambat dalam perumusan strategi yang lebih tepat sasaran dan berbasis data.

Strategi Optimalisasi Penggunaan Media Digital

Untuk mengoptimalkan pemanfaatan media digital dalam rangka mendukung pelaksanaan Program P4GN, BNN Kota Surabaya menerapkan sejumlah strategi. Salah satunya adalah peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan yang berfokus pada pengelolaan media digital serta teknik komunikasi publik. Selain itu, BNNK Surabaya juga menjalin kerja sama dengan para kreator konten, influencer lokal, dan komunitas digital guna memperluas jangkauan pesan kampanye antinarkoba.

Gambar 1. Kampanye pencegahan narkoba pada postingan instagram akun @infobnn_kota_surabaya

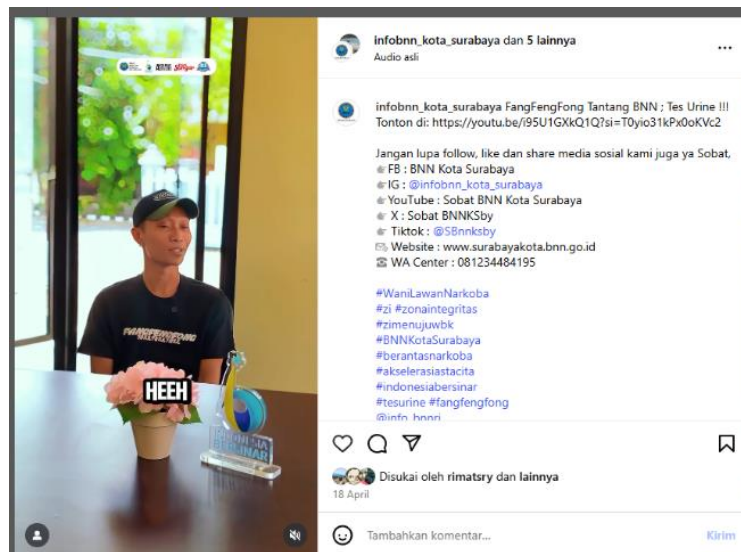


Upaya lain yang dilakukan adalah memperkuat konsep konten yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi audiens digital saat ini, seperti pembuatan video berdurasi pendek, infografis informatif, serta podcast edukatif, guna meningkatkan partisipasi dan keterlibatan publik. Strategi tersebut turut didukung oleh agenda rutin yang dilaksanakan setiap hari Rabu di lingkungan BNNK Surabaya, yang disebut sebagai apel media sosial. Dalam kegiatan ini, seluruh pegawai diwajibkan untuk memberikan respons terhadap unggahan terbaru di akun media sosial resmi BNNK Surabaya, berupa like, komentar, dan membagikannya. Selain itu, mereka juga diinstruksikan untuk menyelaraskan status media sosial pribadi, seperti WhatsApp, dengan unggahan BNNK sebagai bentuk penyebaran informasi yang lebih luas kepada keluarga, teman, dan jaringan terdekat masing-masing. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Kepala Tim P2M saat wawancara “...Setiap Hari Rabu itu disini dilakukan Apel Sosmed dek, tugasnya biasanya ganti-ganti, kadang melakukan like, komen, dan share pada Sosmed IG, kadang Tiktok, dan kadang keseluruhan Media Sosial (IG, FB, TikTok, Youtube, X), tujuannya seperti yang dikatakan oleh Pak Kepala BNNK Surabaya, biar optimalisasi pencegahan narkoba ini bisa dimulai dari kita sendiri sebelum kita melakukan penyampaian terhadap orang lain diluar instansi, dan hal tersebut merupakan salah satu upaya juga biar semakin optimal kinerja sosmed BNNK ini...”.

Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa dukungan terhadap program P4GN dimulai dari internal BNNK sendiri sebelum informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat umum dan mendapatkan respon yang lebih luas. Di sisi lain, tim media sosial Humas BNNK Surabaya secara konsisten memperluas kolaborasi, tidak hanya dengan influencer, tetapi juga dengan mantan pengguna

narkoba yang telah pulih, sebagai bagian dari pendekatan yang lebih menyentuh dan efektif dalam mengedukasi masyarakat serta membangun kesadaran bersama terhadap bahaya narkoba.

Gambar 2. Kolaborasi dengan influencer sekaligus mantan pengguna narkoba



SIMPULAN

BNN Kota Surabaya telah memanfaatkan berbagai platform media digital secara strategis dalam rangka mendukung pelaksanaan Program Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN). Platform yang digunakan meliputi Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, Twitter, serta situs web resmi. Langkah ini mencerminkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pola komunikasi masyarakat di era digital, khususnya dalam menjangkau kalangan muda melalui penyajian konten edukatif dan kampanye antinarkoba yang dirancang secara terstruktur dan sesuai dengan konteks zaman. Namun demikian, pemanfaatan media digital tersebut masih menghadapi sejumlah tantangan.

Beberapa di antaranya meliputi kurangnya tenaga profesional di bidang komunikasi digital, keterbatasan alokasi dana untuk produksi konten berkualitas, rendahnya tingkat literasi digital di sebagian masyarakat, serta belum optimalnya interaksi dua arah antara institusi dan audiens di dunia maya. Kendala-kendala tersebut memengaruhi efektivitas penyebaran pesan P4GN secara menyeluruh. Sebagai bentuk respons terhadap permasalahan tersebut, BNN Kota Surabaya telah merumuskan berbagai strategi optimalisasi. Di antaranya adalah peningkatan kapasitas internal melalui pelatihan staf, menjalin kerja sama dengan influencer serta komunitas digital, dan mendorong partisipasi aktif seluruh pegawai dalam mendistribusikan konten informasi. Langkah-langkah ini mencerminkan komitmen progresif dalam memperkuat peran media digital sebagai sarana kampanye antinarkoba yang lebih responsif, inklusif, dan memiliki daya jangkauan luas. Dengan demikian, optimalisasi media digital yang dilakukan oleh BNN Kota Surabaya merupakan bentuk inovasi dalam komunikasi publik yang krusial untuk terus dikembangkan demi mendukung keberhasilan program P4GN secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Alfiati, N. (2018). Analisis Implementasi Manajemen Kampanye Dalam Kampanye Anti Narkoba Pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (Bnnp Riau) Divisi Pencegahan Dan Pemberdayaan Masyarakat (P2m) Seksi Pencegahan Tahun 2017. <https://Dspace.Uii.Ac.Id/Handle/123456789/11680>

- Birri, A. A., Rahmah, S., & Km, J. R. P. Strategi Pengelolaan Media Sosial Dalam Program Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan Dan Peredaran Gelap Narkotika (P4gn) Pada Akun Instagram Badan Narkotika Nasional Kabupaten (Bnnk) Banyumas. <https://Journal.Peradaban.Ac.Id/Index.Php/Jkp/Article/Download/1998/1326>
- Cahyani, R. M. (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). *The Commercium*, 8(02), 181-191. <https://Ejournal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Commercium/Article/View/63021>
- Chairani, S., Al-Hafiz, N. W., Haswan, F., Nopriandi, H., Harianja, H., Jasri, J., ... & Erlinda, E. (2023). Bimtek Peran Teknologi Informasi Bagi Penggiat Anti Narkoba Dalam Penyuluhan P4gn Lingkungan Masyarakat Di Bnn Kabupaten Kuantan Singingi. *Bhakti Nagori (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(1), 80-84. http://Ejournal.Uniks.Ac.Id/Index.Php/Bhakti_Nagori/Article/View/3128
- Dwi Damayanti, D. (2021). Efektifitas Instagram@ Bnn_Cegahnarkoba Sebagai Media Kampanye Pencegahan Narkoba (Doctoral Dissertation, Universitas Sahid Jakarta). <http://Repository.Usahid.Ac.Id/Id/Eprint/145>
- Efri, N. (2024). Pengaruh Komunikasi Informasi Edukasi (Kie) Menggunakan Instagram Terhadap Persepsi Dan Sikap Remaja (Studi Pada Program Pencegahan Dan Pemberantasan Penyalahgunaan Dan Peredaran Gelap Narkoba (P4gn) Bnnp Sumatera Barat Melalui Instagram@ Infobnn_Prov_Sumbar Di Sman 4 Padang) (Doctoral Dissertation, Universitas Andalas). <http://Scholar.Unand.Ac.Id/479330/>
- Gafallo, M. F. Y. (2022). Relasi Aktor Dan Digitalisasi Pencegahan Penyuluhan Narkoba. *Mawa Izh Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 13(02), 127-146. <https://Scholar.Archive.Org/Work/Lhn7mds7gig7tb42fnwjsw3oou/Access/Wayback/https://Jurnal.Lp2msasbabel.Ac.Id/Index.Php/Maw/Article/Download/2594/1119>
- Hermawan, W., Jabar, R., Zam'an, P., Hadian, M. H., & Sumantri, S. (2023). Strategi Pemanfaatan Media Audio Visual Dalam Edukasi Anti-Narkoba Di Sekolah. *Journal Of Education Research*, 4(4), 2064-2071. <https://Www.Jer.Or.Id/Index.Php/Jer/Article/View/686>
- Hidayah, N. P., Alfawwaz, N., & Anggraini, P. C. (2024). Optimalisasi Media Digital Sebagai Upaya Hukum Preventif Terhadap Penyalahgunaan Narkotika Di Jakarta Selatan. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 4(2), 127-138. <https://Ejournal.Umm.Ac.Id/Index.Php/Jdh/Article/View/32250>
- Iskandar, A., & Ik, S. (2019). Penegakan Hukum Narkotika (Rehabilitatif Terhadap Penyalah Guna Dan Pecandu, Represif Terhadap Pengedar). *Elex Media Komputindo*. <https://Books.Google.Com/Books?Hl=Id&Lr=&Id=Nxiudwaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=Pp1&Dq=Kampanye+Digital+Narkoba+Melalui+Sosial+Media&Ots=72-Evhfic1&Sig=Zeuibtnwakbddflegdwrueoetqw>
- Madhani, A., Ritonga, H., & Deni, I. F. (2023). Strategi Komunikasi Badan Narkotika Nasional Provinsi (Bnnp) Sumatera Utara Dalam Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(3), 1039-1046. <https://Www.Publish.Ojs-Indonesia.Com/Index.Php/Sibatik/Article/View/719>
- Nugroho, M. R., Mukarom, Z., & Astuti, D. R. (2024). Kampanye Public Relations Program P4gn Untuk Menekan Angka Penggunaan Narkoba Di Kota Bandung. *Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 8(2), 183-202. <https://Journal.Uinsgd.Ac.Id/Index.Php/Reputation/Article/View/23597>
- Putri, H. (2021). Kampanye Public Relations Desa Bersinar Dalam Upaya Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba: Analisis Deskriptif Badan Narkotika Nasional Kabupaten Sumedang (Doctoral Dissertation, Uin Sunan Gunung Djati Bandung). <https://Digilib.Uinsgd.Ac.Id/43626/>

- Rahmawati, W., & Susanto, A. (2022). Implementasi Inovasi Sebagai Bagian Nilai Organisasi Badan Narkotika Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04), 378-387. <http://Stiemuttaqien.Ac.Id/Ojs/Index.Php/Ojs/Article/View/1269>
- Rusdiyanto, D., Siwi, D. R., Siratama, A. V., Renaldy, D., & Hasan, Z. (2024). Penyalahgunaan Narkoba Pada Remaja. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 4245-4258. <http://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative/Article/View/7852>
- Salsabila, S. J., Romadhan, M. I., & Ayuningrum, N. G. (2024, July). Strategi Digital Public Relations Bnn Provinsi Jawa Timur Dalam Membangun Citra Institusi Melalui Media Sosial Instagram@ Infobnnp_Jatim. In *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (Semakom) (Vol. 2, No. 2, Juli, Pp. 268-275)*. <https://Conference.Untag-Sby.Ac.Id/Index.Php/Semakom/Article/View/4557>
- Septi, A., Wisudawanto, R., & Putri, S. N. R. (2024). Peran Humas Bnnk Surakarta Dalam Mencegah Penyalahgunaan Narkotika Melalui Unggahan Informasi Dan Edukasi Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Komunitas*, 10(1), 36-41. <https://Www.Jurnal.Usahidsolo.Ac.Id/Index.Php/Jkom/Article/View/1763>
- Sutanto, D. A. (2024). Strategi Humas Badan Narkotika Nasional (Bnn) Pusat Dalam Pencegahan Penggunaan Narkotika Di Media Sosial Instagram@ Infobnn_Ri (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional). <http://Repository.Unas.Ac.Id/10008/>
- Tanjung, S. (2019). Implementasi Manajemen Kampanye Anti Narkoba Bnnp Riau Dalam Diseminasi P4gn Pada Masyarakat. *Komunikatif*, 8(1), 45-73. https://Www.Researchgate.Net/Profile/Sumekar-Tanjung/Publication/334611158_Implementasi_Manajemen_Kampanye_Anti_Narkoba_Bnnp_Riau_Dalam_Diseminasi_P4gn_Pada_Masyarakat/Links/5d3c3b124585153e5925b3c5/Implementasi-Manajemen-Kampanye-Anti-Narkoba-Bnnp-Riau-Dalam-Diseminasi-P4gn-Pada-Masyarakat.Pdf
- Ulita, N., Fahlan, A. S., Hakam, A., Argakusmah, L., & Islami, I. (2024). Efektivitas Bahasa Visual Poster Untuk Mengetahui Dampak Negatif Narkoba Bagi Mahasiswa Pada Kampanye Anti Narkoba Di Lingkungan Kampus Mercu Buana Dengan Model Epic. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 9(1), 63-88. <https://Journals.Telkomuniversity.Ac.Id/Index.Php/Demandia/Article/View/6532>
- Vanny, E. A. G. (2019). Manajemen Kampanye Public Relations Pemberantasan Narkoba Melalui Program Desa Bersinar: Studi Deskriptif Pada Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat (Doctoral Dissertation, Uin Sunan Gunung Djati Bandung). <https://Digilib.Uinsgd.Ac.Id/27343/>