

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Fenomena penyalahgunaan narkoba sudah menjadi masalah global dan bisa mengancam kehidupan kemanusiaan, khususnya di Indonesia yang juga menghadapi hal tersebut. Penyalahgunaan narkoba memerlukan pemanfaatan narkotika di luar tujuan yang dimaksudkan, sebaliknya dicari untuk efek menyenangkan yang mereka hasilkan (Widayati & Winanto, 2021). Status Indonesia sebagai negara berkembang membuatnya rentan menjadi lokasi utama perdagangan narkoba terlarang. Prevalensi penyalahgunaan narkoba tersebar luas di berbagai wilayah (Hariyanto, 2018). Bahkan di wilayah-wilayah seperti di perkotaan hingga di pedesaan pun tak lepas dari sasaran peredaran narkoba. Permasalahan tersebut tentu saja sangat bisa berdampak pada kerusakan sumber daya manusia Indonesia, terutama dalam kalangan yang lebih muda.

Di Indonesia khususnya pada beberapa tahun terakhir di tahun 2021-2023, kasus penyalahgunaan narkoba masih dianggap hal yang serius. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh Badan Narkotika Nasional (2021), pada tahun 2021, prevalensi penyalahgunaan narkoba di Indonesia mencapai 1,95%, mempengaruhi 3,6 juta orang. Pada tahun 2023, persentase pengguna narkoba telah menurun menjadi 1,73%, mencakup sekitar 3,3 juta orang. Penurunan 0,22% ini menandakan bahwa lebih dari 300.000 anak muda di negara ini telah dilindungi dari cengkeraman penyalahgunaan zat. Akibatnya, Presiden Indonesia mendesak dilaksanakan rehabilitasi penyalahguna narkoba di fasilitas alternatif.

Dari informasi yang diberikan di atas menunjukkan bahwa masalah penyalahgunaan dan distribusi narkoba di Indonesia tetap menjadi perhatian yang serius. Dengan demikian, untuk memerangi penyalahgunaan narkoba secara efektif di Indonesia, upaya nyata harus dilakukan oleh pemerintah bekerjasama dengan BNN (Badan Narkotika Nasional). Salah satu inisiatif tersebut adalah Program P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkotika). Program ini dirancang khusus untuk mengatasi tantangan yang terkait dengan penyalahgunaan narkoba di Indonesia. Karena narkoba adalah tantangan yang cukup berat yang telah dihadapi Indonesia selama bertahun-tahun.

Hubungan masyarakat atau humas, merupakan yang selalu dibutuhkan oleh setiap bidang atau lembaga. Profesi humas dibutuhkan mulai dari lembaga

pemerintahan, pendidikan, hingga perusahaan. Peran humas terbesar bagi sebuah organisasi adalah menciptakan serta menjaga citra organisasi di mata masyarakat atau publiknya (Mustafa, 2017:31). Selain itu, mereka terbiasa untuk melakukan sebuah praktik yaitu dengan menyebarkan sebuah informasi kepada masyarakat yang dilakukan secara terencana dan terstruktur sehingga humas dapat menjalin komunikasi antara perusahaan dan pihak di luar perusahaan dengan baik dan jelas.

Humas dan *Digital Public Relations* tidak jauh berbeda, keduanya merupakan suatu divisi yang menuntut kekreatifitasan untuk membuat pesan yang efektif yang dapat mencapai *target audience* nya masing-masing. Hanya saja diantara kedua profesi tersebut, memiliki perbedaan yaitu pada media yang digunakannya. Humas yang menggunakan *media relations* sebagai cara menyebarkan informasi, sedangkan *Digital Public Relations* menggunakan media *online* seperti media sosial untuk menyebarkan informasi kepada khalayak. Keberadaan *Digital Public Relations* dalam organisasi/perusahaan hal yang sangat penting karena praktisi tersebut lebih merujuk kepada strategi promosi yang digunakan suatu organisasi/perusahaan untuk bisa lebih mengenalkan keberadaan *online* suatu organisasi/perusahaan tersebut. Semua strategi itu digunakan guna mempermudah suatu organisasi memperkenalkan produk ataupun program kepada khalayak yang lebih luas lagi. *Digital Public Relations* pada suatu organisasi/perusahaan memiliki fungsi sebagai memperoleh *target audience* yang lebih cepat ataupun meningkatkan munculnya *review* positif dari para *audience*. Dan seiring berkembangnya era digital saat ini, praktisi *Digital Public Relations* perlu menyesuaikan diri dengan memanfaatkan media baru yang dapat digunakan untuk berkomunikasi serta menjangkau lebih banyak orang secara efektif. Karna kedua bidang tersebut memiliki keterikatan untuk membantu organisasi/perusahaan dalam berinteraksi dengan publik, memantau komunikasi *audience* nya, hingga memaksimalkan konten-konten informasi yang akan berguna dalam suatu organisasi/perusahaan tersebut.

Digital Public Relations merupakan sebuah revolusi atau bentuk baru humas di era teknologi informasi dan komunikasi, munculnya media baru yang menggunakan teknologi digital. Kegiatan kehumasan digital adalah salah satu aspek dari pelaksanaan kehumasan yang memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi dalam suatu perusahaan atau organisasi. Menurut Onggo (2004: 1), humas digital merupakan inisiatif kehumasan yang menggunakan media internet sebagai media promosi. Dengan demikian penerapan digital humas mencakup pelaksanaan

program kehumasan yang menggunakan media digital *online* untuk berkomunikasi dengan masyarakat (Laksamana, 2015: 8-9). Tentu saja hal ini bisa menciptakan kesempatan baru bagi pelaku *Digital Public Relations* untuk mengumpulkan data, menyebarkan informasi, serta menyampaikan pandangan masyarakat dengan memanfaatkan teknologi digital. Ardianto (2002:Vol.2, No.1) menjelaskan bahwa telah terjadi revolusi teknologi yang melahirkan media baru yang seolah memberikan harapan baru bagi masyarakat lebih banyak kebebasan untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Jurnal Nurjanah dan Nurnisya (Jurnal Pemanfaatan *Digital Public Relations* dalam Sosialisasi *Tagline 2* Humas “Jogja Istimewa” Pemerintah Kota Yogyakarta Vol. 4 No. 1 Tahun 2016) juga menjelaskan bahwa digitalisasi mediaisasi yang berlangsung saat ini merupakan sebuah tren yang merupakan akibat dari konvergensi media, karena selain perubahan alat yang digunakan, cara interaksi juga mengalami perubahan.



Gambar 1. 1 Logo BNN (Badan Narkotika Nasional)
Sumber : bnn.go.id

Badan Narkotika Nasional (BNN) sebagai lembaga non-struktural terletak pada membantu pemerintah dengan isu-isu terkait zat dan narkotika sambil menerapkan strategi untuk mencegah penyalahgunaan narkoba secara mahir. Bertindak sebagai entitas independen di Indonesia, Badan Narkotika Nasional (BNN) bertanggung jawab untuk membentuk kebijakan dan melaksanakan tindakan untuk mengatasi keberadaan, pencegahan, dan penghapusan penyalahgunaan narkoba dan distribusi ilegal narkoba, psikotropika, prekursor, dan bahan lainnya. Penyalahgunaan zat, terutama di kalangan individu, termasuk remaja usia sekolah, menimbulkan bahaya yang signifikan bagi masa depan Indonesia sebagai bangsa yang

bersatu. Akibatnya, pemerintah melembagakan Badan Narkotika Nasional (BNN), yang secara resmi dilembagakan oleh Presiden Indonesia berdasarkan Keputusan No. 17 tahun 2002 (kemudian diganti dengan Peraturan Presiden No. 83 Tahun 2007). Mencegah tantangan lebih lanjut yang ditimbulkan oleh penyalahgunaan narkoba, BNN secara proaktif terlibat dalam mencegah bahaya terkait narkoba, sebuah upaya penting yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai dampak dan bahaya penyalahgunaan narkoba untuk mencegah konsekuensi yang buruk pada masa depan.

Berdasarkan statistik yang diungkapkan BNN (2023), insiden terkait narkoba di Indonesia mencapai 1.184 kasus yang melibatkan 1.483 tersangka pada tahun 2021. Angka ini melonjak pada tahun 2022, mencatat 1.350 kasus dan 1.748 tersangka bersama 12,4 ton bahan yang disita. Khususnya, dari Januari hingga Juli 2023, 1.125 kasus terkait narkoba telah diidentifikasi, melibatkan 1.625 tersangka. Selama rentang 2021 hingga 2023, BNN telah berhasil menyita sekitar 5,6 ton tembakau, 6,4 ton ganja, dan 454.475 tablet ekstasi. Data bukti ini berfungsi sebagai bukti tekun upaya dan kemanjuran BNN tentang narkoba di Indonesia masih menjadi hal yang serius. Oleh sebab itulah diciptakannya BNN maupun program P4GN yang bertujuan untuk memberantas terjadinya penyalahgunaan narkoba di Indonesia.

Badan Narkotika Nasional (BNN) sebagai lembaga pemerintah nonkementerian memiliki strategi untuk memberikan informasi penting kepada masyarakat. Seperti yang disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 mengenai Keterbukaan Informasi Publik, yang mulai berlaku pada Mei 2010. BNN mempunyai kewenangan penuh dalam segala bentuk pencegahan dan penyidikan terkait permasalahan narkoba di Indonesia. Dengan demikian, untuk menjalankan fungsinya secara maksimal, BNN sendiri mempunyai departemen khusus yaitu Departemen Humas yang berfungsi sebagai departemen penghubung antara departemen internal Badan Narkotika Nasional (BNN) dengan pihak eksternal yaitu masyarakat atau *society*.

Keberadaan Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) jelas dapat berkontribusi terhadap penerapan prinsip keterbukaan informasi di BNN. Humas merupakan suatu bentuk komunikasi dua arah dengan masyarakat secara timbal balik yang mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pengembangan koperasi dan menangani kepentingan bersama (Mukarom dan Laksana, 2015). Atau, merupakan fungsi manajemen yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara

hubungan yang baik dan efektif antara organisasi dengan publiknya, yang dapat membuahkan hasil positif bagi keberhasilan atau kegagalan organisasi (Center & Broom, 2009).

Praktisi humas pada saat ini dapat dikatakan sangat penting dalam suatu organisasi. Badan Narkotika Nasional (BNN) adalah salah satu lembaga yang hingga saat ini sudah menggunakan praktisi humas dalam membantu menyebarkan informasi kepada khalayak luas, salah satu contohnya adalah tentang penyebaran informasi terhadap Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN). Oleh sebab itu pemerintah di Indonesia, melalui Kementerian Manajemen Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PANRB) telah memulai program unik yang berfokus pada penyelenggaraan Sosialisasi Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN) untuk memerangi penyalahgunaan narkoba di Indonesia. P4GN berfungsi sebagai upaya berkelanjutan oleh berbagai sektor masyarakat dan pihak berwenang untuk mencegah proliferasi obat-obatan secara efektif. Program P4GN ini dibuat dengan tujuan sebagai upaya menjelaskan pemahaman-pemahaman kepada seluruh masyarakat Indonesia mengenai obat-obatan terlarang seperti narkoba dan bagaimana cara menghindari hal tersebut. Program tersebut juga bermanfaat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahayanya penyalahgunaan narkoba yang sudah merajalela di seluruh Indonesia.

Program P4GN ini memiliki berbagai cara dalam mensosialisasikan program mereka baik secara langsung maupun online melalui media-media yang tersebar di Indonesia. Sosialisasi P4GN yang dilaksanakan secara langsung biasanya dilakukannya penyuluhan seperti kesekolah-sekolah, mengadakan *press conference* terkait pembahasan narkoba, mengadakan kegiatan sosialisasi dengan adanya tes urine pada perkantoran maupun kampus, dan lain lain. Seperti contoh yang telah dilakukan sebelumnya pada Rabu, 8 November 2023, BNNP DKI Jakarta telah menghadiri kegiatan sosialisasi P4GN yang diadakan oleh Bagian Hukum Walikota Jakarta Pusat dan dihadiri oleh siswa-siswi SMP Taman Siswa Ramawangun. Acara sosialisasi yang dihadiri oleh 50 siswa-siswi tersebut, membahas tentang gambaran umum permasalahan narkoba di Indonesia, jenis dan dampak narkoba, maupun upaya pencegahan bahaya narkoba bagi remaja. Selain itu peserta juga diajak berdiskusi terkait penyalahgunaan narkoba. Adapun sosialisasi P4GN yang dilaksanakan secara online biasanya dilakukannya penyuluhan siaran langsung, maupun sosialisasi online seperti contohnya yang sudah dilakukan oleh BNN daerah Bali untuk mengadakan

zoom meeting dalam upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba. BNN juga melakukan pembuatan konten-konten terkait narkoba pada media sosial, seperti contohnya pada media sosial Instagram.



Gambar 1. 2 Sosialisasi P4GN ke sekolah
Sumber : Instagram @bnn_cegahnarkoba



Gambar 1. 3 Sosialisasi P4GN melalui Zoom Meeting
Sumber : bnn.go.id

Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) melakukan program P4GN dengan cara terbuka bagi masyarakat melalui media sosial khususnya Instagram, dengan dilakukannya P4GN tersebut masyarakat mengetahui bagaimana kegiatan P4GN yang dilakukan contohnya pemusnahan narkoba, yang dilakukan humas BNN dengan strategi *digital public relations* yaitu dengan melakukan *live streaming* pada Instagram @bnn_cegahnarkoba. Masyarakat di Indonesia dapat mengetahui bagaimana pemusnahan yang dilakukan oleh BNN hal tersebut pun membuat masyarakat menjadi lebih percaya bahwa BNN sungguh-sungguh dalam melakukan pencegahan pada

narkotika, tidak hanya itu, asumsi masyarakat yang menilai bahwa pemusnahan narkoba hanya boleh dilakukan oleh Staff BNN itu tidak benar, masyarakat Indonesia dapat mengetahui pemusnahan yang dilakukan oleh BNN, oleh karena itu dengan adanya kegiatan pemusnahan yang diadakan BNN memudahkan humas BNN dalam melakukan P4GN.

Badan Narkotika Nasional (BNN) menyiarkan secara langsung penggeledahan tempat kejadian perkara (TKP) dan rumah para pelaku kejahatan tindak pidana narkoba melalui akun instagram BNN, Tidak hanya disaksikan oleh jajaran BNN dan warganet, siaran langsung ini juga disaksikan oleh para tersangka yang terlibat dalam kasus tindak pidana narkoba tersebut, dengan keadaan terborgol. Hal tersebut salah satu strategi yang menarik yang dilakukan humas BNN dengan strategi *digital public relations* yang bertujuan untuk program P4GN.

BNN sendiri mempunyai kewenangan penuh yang diberikan pemerintah untuk menangani segala bentuk pencegahan dan penyidikan terkait narkoba. Untuk melaksanakan hak tersebut, BNN tentunya memerlukan bagian humas yang berfungsi sebagai penghubung antara pihak internal BNN dengan pihak eksternal seperti masyarakat luas. Sebagaimana dikemukakan Widjaja (1993) humas sebagai komunikator memiliki dua peran, yaitu: Memberikan informasi kepada publik eksternal sesuai kebijakan lembaga dan secara internal harus menyerap umpan balik tanggapan masyarakat untuk kepentingan lembaga.

Humas BNN pada saat ini sudah memenuhi unsur sebagai humas yang baik dalam penerapannya, sebagai bukti Humas BNN juga sering kali menyebarkan informasi kepada publik secara terbuka seperti program P4GN melalui berbagai jenis media massa seperti contohnya Twitter, Youtube, serta Instagram. Bukan hanya itu, Humas BNN juga sudah membangun *media relation* yang baik, sebagai contohnya banyaknya media yang datang pada saat Humas BNN mengadakan *press conference*. Departemen Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) bertanggung jawab dalam mendiskusikan dan melaksanakan kebijakan nasional mulai dari pencegahan narkoba, pemberantasan penyalahgunaan perdagangan narkoba ilegal dan meningkatkan pemulihan kesehatan dan reintegrasi sosial pecandu narkoba, semuanya diselenggarakan oleh Badan Narkotika Nasional (BNN). Selain itu juga memantau, mengarahkan masyarakat untuk mencegah penyalahgunaan dan perdagangan gelap narkoba yang membuat ketagihan.

Fokus utama Badan Narkotika Nasional (BNN) sebagai lembaga non-struktural terletak pada membantu pemerintah dengan isu-isu terkait zat dan narkoba sambil menerapkan strategi untuk mencegah penyalahgunaan narkoba secara mahir. Bertindak sebagai entitas independen di Indonesia, Badan Narkotika Nasional (BNN) bertanggung jawab untuk membentuk kebijakan dan melaksanakan tindakan untuk mengatasi keberadaan, pencegahan, dan penghapusan penyalahgunaan narkoba dan distribusi ilegal narkoba, psikotropika, prekursor, dan bahan lainnya. Penyalahgunaan zat, terutama di kalangan individu, termasuk remaja usia sekolah, menimbulkan bahaya yang signifikan bagi masa depan Indonesia sebagai bangsa yang bersatu. Akibatnya, pemerintah melembagakan Badan Narkotika Nasional (BNN), yang secara resmi dilembagakan oleh Presiden Indonesia berdasarkan Keputusan No. 17 tahun 2002 (kemudian diganti dengan Peraturan Presiden No. 83 Tahun 2007).

Upaya yang telah dilakukan Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) melalui beberapa jenis kegiatan, antara lain melalui talkshow dan televisi lokal. Selain itu, Humas BNN juga mulai memanfaatkan media sosial seperti Twitter, YouTube dan Instagram untuk menyampaikan informasi penting kepada masyarakat luas tentang berbagai upaya pemberantasan penyalahgunaan narkoba (Sugihartati & Susilo, 2019), khususnya pada program Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN). Dengan demikian munculah Strategi *Digital Public Relations* yang memanfaatkan media digital seperti humas BNN untuk mencegah penyalahgunaan narkoba melalui media komunikasi digital.

Media sosial kini menjadi alat penyebaran informasi yang sangat efektif. Media sosial juga menjadi faktor yang sangat penting bagi banyak perusahaan/organisasi karena media sosial dapat diakses oleh semua orang. Hal tersebut yang dikarenakan jangkauan sasaran media sosial lebih luas dibandingkan media konvensional seperti koran cetak, iklan televisi, atau bahkan brosur. Sebagai bagian dari perkembangan teknologi informasi, media sosial tentunya membawa berbagai manfaat bagi penggunanya, beberapa di antaranya berkaitan dengan praktisi humas suatu organisasi. Humas bisa menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menjalankan strategi komunikasi dengan masyarakat. Media sosial yang dipakai di lembaga juga merupakan strategi inovasi yang memanfaatkan teknologi dan menjadi salah satu cara untuk membantu mengatasi masalah yang ada di masyarakat.

Badan Narkotika Nasional (BNN) saat ini telah menggunakan Strategi *Digital Public Relations* dengan pemanfaatan media sosial guna menyebarkan informasi

terkait program Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN) karena program P4GN ini merupakan program utama yang harus dilakukan oleh BNN. Target audiens Humas BNN dalam menggunakan media sosial adalah seluruh masyarakat yang aktif menggunakan media sosial dan mencakup segala usia. Kemudian, sasaran selanjutnya adalah seluruh WNI atau WNA yang juga sering menggunakan media sosial dan tertarik dengan isu narkoba.

Media sosial bisa jadi pilihan strategi Humas BNN untuk meningkatkan fungsi-fungsi yang berkaitan dengan penyampaian informasi kepada publik dengan jangkauan yang lebih besar. Pemanfaatan media sosial juga dianggap sebagai langkah kreatif yang diambil oleh Humas BNN. Untuk itu Humas BNN fokus dan memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk sebagai strategi *Digital Public Relations* dalam menyebarkan informasi penting dan menjadi jembatan bagi khalayak luas, termasuk penggunaan media sosial Instagram.

Urgensi pada penelitian ini yaitu media sosial Instagram akan menjadi pilihan yang tepat untuk mendukung proses Strategi *Digital Public Relations* BNN dalam menyebarkan informasi terkait P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika). Memang Instagram merupakan media sosial penting yang banyak digunakan oleh semua kalangan masyarakat, khususnya di Indonesia.

Instagram merupakan media sosial yang tersedia di beberapa media elektronik seperti smartphone, laptop dan lain-lain. Instagram dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada Oktober 2010, dan mereka adalah lulusan *Stanford University* di Amerika Serikat. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana fungsi telegram adalah mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain. Demikian pula Instagram dapat mengunggah foto melalui Internet sehingga informasi dapat terkirim dengan cepat. Inilah sebabnya mengapa Instagram berasal dari kata “telegram instan” (Putri, 2013: 14).

Instagram adalah media sosial yang memungkinkan Anda membuat foto dan video yang dapat dibagikan dan dilihat oleh pengguna jejaring sosial Instagram lainnya. Instagram adalah sekelompok aplikasi yang menggunakan platform dan teknologi Internet untuk memungkinkan pertukaran dan pembuatan konten buatan pengguna (Kaplan & Haelein, 20014: 26). Instagram juga dapat menginspirasi pengguna dan meningkatkan kreativitasnya karena Instagram memiliki fitur yang dapat melakukan hal tersebut menjadikan foto menjadi lebih indah, artistik dan indah

(Atmoko, 2012: 10). Berdasarkan hasil analisis Kepios (2022), Instagram merupakan jejaring sosial yang paling banyak digunakan, menempati peringkat ketiga setelah Facebook dan YouTube. Dengan sekitar 99,15 juta orang di Indonesia menjadi pengguna aktif Instagram (Kemp & Simon, 2022).

Instagram bisa menjadi salah satu media sosial yang sangat diminati, termasuk BNN sendiri. Badan Narkotika Nasional (BNN) sudah memiliki akun resmi instagram yang dikelola oleh Humas BNN dan diberi nama @bnn_cegahnarkoba. Akun @bnn_cegahnarkoba tersebut sudah dikelola sejak tahun 2017 dan saat ini akun tersebut memiliki jumlah followers sebesar 33,5 ribu, 39 following, dan 2.480 postingan. BNN juga memiliki instagram tersendiri berdasarkan wilayahnya seperti @infobnn_kotabandung, @infobnn_prov-aceh, dan lain lain.



Gambar 1. 4 Akun Instagram @bnn_cegahnarkoba
Sumber : Olahan Peneliti

Pada Instagram yang digunakan oleh BNN, *feed* maupun *instastory*-nya sebagian besar berisi tentang pemberdayaan kepada masyarakat terkait penyalahgunaan narkoba dan peredaran gelap narkoba yang ada di Indonesia. Akun Instagram BNN sendiri sudah menggunakan jenis-jenis konten ataupun *design* yang menarik bagi banyak kalangan terutama kalangan muda, dimulai pada jenis konten yang berkolaborasi dengan banyak *influencer*, ataupun jenis konten yang berisi tentang wawancara dengan para pemuda terkait penyalahgunaan narkoba, bahkan terdapat

konten yang berisi tentang kegiatan BNN dalam pemusnahan ladang narkoba. Keunikan tersebut tidak bisa kita temukan dalam beberapa jenis konten pada Instagram lembaga lain, seperti contohnya pada Instagram Kementerian Pertanian Indonesia yang bisa dibilang konten yang diunggah cukup monoton dan tidak menggunakan design yang modern. Dikarenakan upaya untuk memperoleh kesadaran mengenai bahaya narkoba kepada seluruh masyarakat bukanlah hal yang mudah menjadi suatu hal yang menarik bagi peneliti yang dimana penelitian ini dilatar belakangi oleh urgensi Strategi *Digital Public Relations* yang menjadi sebuah tantangan Badan Narkotika Nasional (BNN) supaya konten-konten yang diberikan pada akun Instagram nya dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya penyalahgunaan narkoba. Pemakaian *platform* media sosial Instagram dianggap sebagai bagian dari strategi *Digital Public Relations* yang dilakukan oleh Humas BNN secara kreatif dan persuasif menurut peneliti. Instagram menjadi pilihan bagi Humas BNN untuk mengoptimalkan fungsi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas dan lebih efektif. Oleh karena itu, peneliti berminat untuk melakukan penelitian mendalam mengenai penggunaan media sosial Instagram oleh Humas BNN dalam upaya Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN).

Peneliti memberikan perbandingan antara penelitian terdahulu yang berjudul “Implementasi *Cyber Public Relations* BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam Upaya Mengedukasi Masyarakat Mengenai P4GN” yang sudah diteliti sebelumnya oleh Faradilla Pusparani dan Kheyene Molekandella Boer pada tahun 2023. Terdapat beberapa perbandingan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini. Penelitian terdahulu menggunakan metode studi kasus sedangkan peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan penelitian terdahulu berfokus pada strategi humas online di wilayah Kalimantan Timur. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa sejauh ini BNN Provinsi Kalimantan Timur sangat jarang melakukan kolaborasi dengan tokoh besar maupun tokoh publik, dan juga pada konten yang telah dibuat, mereka jarang membuat konten edukasi terkait P4GN. Sedangkan pada penelitian ini, BNN telah banyak sekali melakukan kolaborasi dengan tokoh besar maupun tokoh publik dan mereka juga telah membuat banyak sekali konten-konten edukasi terkait P4GN.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara, analisis data, dan

pencatatan hasil wawancara. Dalam penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan tambahan informasi mengenai pemahaman program edukasi P4GN yang dilaksanakan BNN untuk mengurangi penyalahgunaan narkoba. Peneliti ingin mengetahui lebih jauh mengenai strategi kehumasan Digital BNN dalam program P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkotika) melalui Instagram.

1.2. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah penelitian yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah pengelolaan dan strategi *Digital Public Relations* yang dilakukan BNN dalam menjalankan program Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN) melalui Instagram terhadap bahaya penyalahgunaan narkoba di Indonesia.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi *Digital Public Relations* yang diterapkan oleh BNN dalam menyebarkan informasi terkait program P4GN melalui Instagram?
2. Bagaimana pengelolaan media sosial Instagram Humas BNN dalam menangani P4GN?

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini terbagi menjadi dua aspek manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai referensi bagi para peneliti lain khususnya kepada seluruh mahasiswa yang akan mengambil topik serupa yaitu mengenai program Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN).

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat dalam memberikan informasi terkait bahaya ataupun dampak penyalahgunaan narkoba di Indonesia.

b. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi bagi Badan Narkotika Nasional (BNN), terutama dalam pelaksanaan program Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN).

1.5. Waktu dan Periode Penelitian

Berikut ini waktu dan periode penelitian yang akan diselenggarakan, yaitu:

Tabel 1. 1 Waktu dan Lokasi Penelitian

| NO | Tahapan Riset Penelitian | Waktu Pengerjaan/Bulan dan Tahun | | | | | | | | | |
|----|---------------------------------|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | | Feb 2024 | Mar 2024 | Apr 2024 | Mei 2024 | Jun 2024 | Jul 2024 | Agu 2024 | Sep 2024 | Okt 2024 | Nov 2024 |
| 1 | Menentukan tema dan objek riset | ■ | | | | | | | | | |
| 2 | Seminar judul | ■ | | | | | | | | | |
| 3 | Penyusunan Proposal | | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| 4 | <i>Desk Evaluation</i> | | | | ■ | ■ | | | | | |
| 5 | Pengumpulan Data | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | |
| 6 | Pengolahan dan Analisis Data | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 7 | Pendaftaran Sidang Skripsi | | | | | | | | | | ■ |
| 8 | Pelaksanaan Sidang Skripsi | | | | | | | | | | ■ |