

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial dapat dijelaskan secara sederhana sebagai platform berbasis internet dengan antarmuka pengguna yang mudah digunakan, memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi berbagai jenis konten seperti informasi, opini, dan minat. Konten ini mencakup berbagai konteks, termasuk yang informatif, edukatif, sindiran, kritik, dan lain sebagainya. Pentingnya media sosial terletak pada efek berantai yang dimilikinya, di mana proses transmisi tidak terbatas pada satu kelompok audiens inti saja. Sebaliknya, informasi dan interaksi dapat menyebar luas kepada khalayak yang lebih besar. (Khan & F, 2017).

Gambar 1. 1 Jumlah Aktif Media Sosial di Indonesia



Sumber: Data Indonesia.id Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial Di Indonesia 2023

Menurut laporan informasi We Are Social, pada bulan Januari 2023, terdapat 167 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia, mencakup 60,4% dari total populasi. Angka ini menunjukkan penurunan sebesar 12,57% dari tahun sebelumnya, di mana jumlah pengguna media sosial mencapai 191 juta

orang. Penting dicatat bahwa penurunan ini merupakan yang pertama dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir.

Namun, situasi ini muncul sebagai akibat dari perubahan signifikan pada sumber yang digunakan We Are Social pada Januari 2023. Data terbaru tidak sebanding dengan angka tahun sebelumnya karena penyesuaian. Namun, orang Indonesia menghabiskan 3 jam 18 menit setiap hari untuk bermain media sosial. Durasi tersebut menempati peringkat kesepuluh di seluruh dunia.

Selain itu, pada Januari 2023, ada 212,9 juta orang di Indonesia yang menggunakan internet. Berdasarkan dengan media sosial, terjadi peningkatan sebesar 3,85% dalam jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal tahun ini jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Sebanyak 98,3% dari total pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon genggam. Selain itu, rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu 7 jam 42 menit setiap harinya untuk menggunakan internet. (Widi, 2023)

Di berbagai belahan dunia, bukan hanya di Indonesia masyarakat sudah pasti mengandalkan media sosial sebagai platform untuk berkomunikasi dengan mudah. Media sosial menawarkan banyak keuntungan mulai dari mudahnya akses yang ditawarkan, kemudahan dalam berinteraksi, murah, efisien, dan efektif dalam berkomunikasi.

Saat ini, banyak lembaga dan instansi menggunakan platform sosial media untuk berkomunikasi dengan stakeholder atau masyarakat umum. Platform sosial media yang dimiliki juga beragam, seperti Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, Website, LINE, dan lainnya, dan disesuaikan dengan preferensi masing-masing organisasi.

Peran Hubungan Masyarakat (Humas) masih sangat penting dalam pengambilan keputusan manajemen, dan ini terlihat di banyak instansi dan lembaga non-komersial, khususnya pemerintahan. Sudah jelas bahwa humas sebagai lembaga membutuhkan perencanaan yang cermat untuk mencapai tujuannya. Tanpa perencanaan ini, Humas tidak akan bisa mencapai tujuannya dengan baik. Perancangan ini disebut dengan "strategi".

Di era modern ini, Hubungan Masyarakat (Humas) memainkan peran penting dalam meningkatkan citra positif suatu organisasi dan membangun

kepercayaan publik. Humas berfungsi sebagai ujung tombak organisasi dalam menyampaikan informasi kepada publik, sehingga publik dapat mengakses semua layanan yang ditawarkan organisasi.

Hubungan Masyarakat (Humas) pada saat era digital kini mengalami pergeseran, penggunaan media konvensional dianggap tidak efektif lagi karena minat masyarakat Indonesia dalam membaca berita cetak mulai menurun. Akibatnya, media baru atau media sosial dianggap lebih mudah dan efisien karena hanya membutuhkan smartphone dan kuota internet.

Salah satu cara penyediaan layanan publik yang dihadirkan sebagai saluran komunikasi dan informasi dalam kerangka penyediaan pelayanan oleh Hubungan Masyarakat (Humas) Salah satu cara untuk berkomunikasi dan menyampaikan informasi kepada publik adalah melalui media sosial.

Pengguna media sosial telah membangun komunitas yang memungkinkan banyak komunikasi. Karena kesamaan ketertarikan terhadap sesuatu, komunikasi membentuk opini publik dengan cepat, yang pada gilirannya memengaruhi citra dan reputasi pemerintah. Maka dari itu, praktisi humas pemerintah sekarang dan di masa depan harus memahami fungsi media sosial dan terlibat secara aktif di dalamnya.

Salah satunya adalah Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat, yang merupakan lembaga tinggi Pemerintah non-kementerian yang memiliki mekanisme penyampaian informasi kepada publik sendiri sesuai dengan Undang-Undang Keterbukaan Publik No 14 tahun 2008, yang berlaku secara resmi pada Mei 2010 (Database Peraturan, t.thn.).

Badan Narkotika Nasional (BNN) memiliki sejumlah tanggung jawab, termasuk merancang serta melaksanakan kebijakan nasional guna mencegah dan menanggulangi penyalahgunaan serta peredaran ilegal psiktropika, prekursor, dan zat adiktif lainnya, kecuali bahan adiktif yang berasal dari tembakau dan alkohol. Pembentukan Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat ini merupakan bagian dari upaya pemerintah Indonesia untuk menyadari dampak bahaya narkoba pada masyarakat. Tidak diragukan lagi, hal ini menghasilkan beberapa undang-undang yang mengatur pencegahan, hukuman tegas, dan rehabilitasi untuk membantu masyarakat memahami bahaya narkoba.

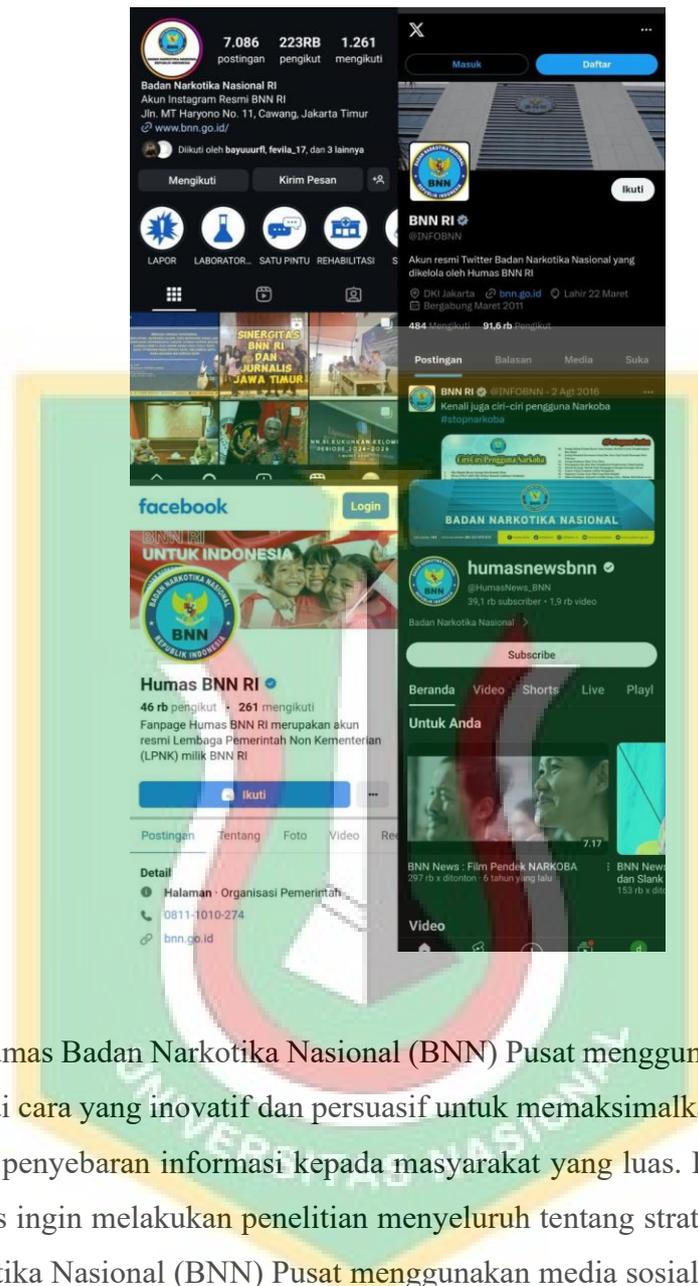
Dalam praktik yang telah diberlakukan humas Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat telah melakukan berbagai upaya untuk mengurangi tingkat penyalahgunaan narkoba, seperti melakukan advokasi sosial, membangun kader BNN, membuat talk show pada-media televisi lokal, serta membentuk LSM terkait pencegahan narkoba. Selain itu, humas Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat juga memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube, dan Instagram untuk menyebarkan informasi yang berkaitan dengan narkoba.

Pemanfaatan media digital juga dilakukan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat dengan menggunakan media sosial untuk mencegah penyalahgunaan narkoba. Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat dalam hal ini menciptakan program Pencegahan, penggunaan narkoba, yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat. (Bulu-Index-p4gn, 2020)

Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam aktivitasnya menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube, dan Instagram. Sasaran penggunaan media sosial humas badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat adalah masyarakat yang menggunakan media sosial secara aktif dalam segala usia. Selain itu, target pesan adalah WNI atau WNA yang aktif menggunakan media sosial dan tertarik dengan masalah narkoba.



Gambar 1. 2 Media Sosial Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat



Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat menggunakan media sosial sebagai cara yang inovatif dan persuasif untuk memaksimalkan operasi mereka dalam penyebaran informasi kepada masyarakat yang luas. Dengan demikian, penulis ingin melakukan penelitian menyeluruh tentang strategi Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat menggunakan media sosial untuk melakukan pencegahan penggunaan narkoba melalui media sosial instagram.

Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat memiliki Akun Resmi yang dimiliki oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) yang dikelola oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat adalah @infobnn_ri. Biro Humas & Protokol Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat memiliki peran tanggung jawab pada setiap pengelolaan media sosial. Akun @infobnn_ri telah dikelola sejak tahun 2017 akun tersebut memiliki jumlah followers 221 ribu, 1.261 following, dan 6.700 ribu postingan.

Gambar 1. 3 Instagram Badan Narkotika Nasional RI



Sumber : Instagram @infobnn_ri

Berkembangnya era modernisasi ini tidak hanya menimbulkan hal positif, banyak juga efek negatif atau bahaya yang dapat menghancurkan generasi bangsa. Salah satunya adalah narkoba, yang merupakan zat atau bahan yang dapat menyebabkan kondisi psikologis atau kejiwaan (pemikiran, emosi, dan tindakan) dan dapat menyebabkan ketergantungan fisik dan psikologis. Peredaran narkoba di Indonesia sangat besar dan sudah melampaui batas kewajaran. Kasus narkoba di Indonesia bukanlah hal yang baru, itu adalah masalah global, bukan hanya di negara atau regional. Negara Indonesia telah berkembang menjadi produsen dan pengeksport narkoba, bukan lagi konsumennya.

Untuk memerangi narkoba, Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat mengutamakan bidang pencegahan. Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat telah melakukan pencegahan di berbagai tempat, seperti di pemerintahan, masyarakat, keluarga, dan organisasi, dan hampir di semua tempat tersebut telah diberikan pelatihan tentang bahaya narkoba dan juga BNN Biro Humas & Protokol Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat memiliki peran tanggung jawab pada setiap pengelolaan media sosial instagram @infobnn_ri dalam menyebarkan bahaya narkoba.

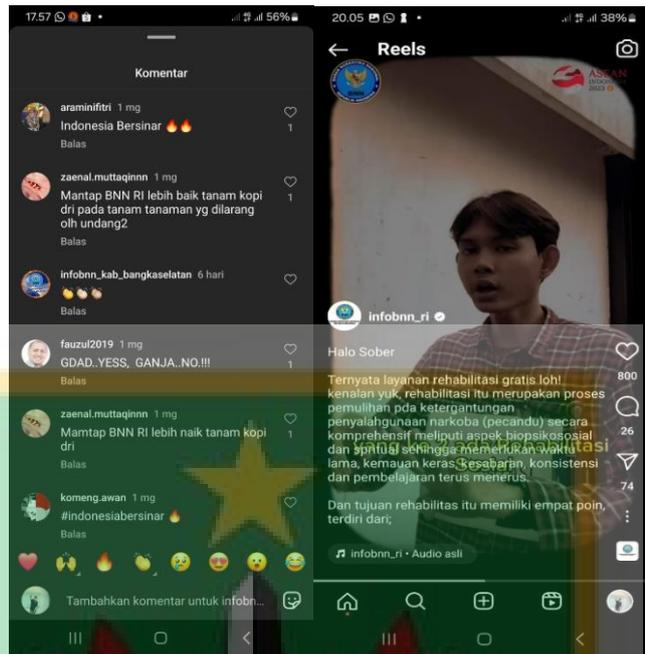
Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat secara proaktif memerangi narkoba dengan memanfaatkan kekuatan media sosial, khususnya Instagram, sebagai platform untuk menyebarkan pesan-pesan edukatif tentang bahaya narkoba. Dengan menggunakan konten visual yang menarik, Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti kepada masyarakat tentang dampak negatif dari penggunaan narkoba, serta mengedukasi mereka mengenai cara mencegah penyalahgunaan narkoba. Langkah ini tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya narkoba, tetapi juga memberikan dukungan bagi upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba di tingkat komunitas.

Gambar 1. 4 Salah satu bentuk konten di instagram @infobnn_ri



Media sosial instagram @infobnn_ri sangatlah penting jika pengelolaannya dimanfaatkan dengan baik akan menguntungkan masyarakat dan BNN Biro Humas & Protokol Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat dalam sisi interaktif. Pemberian informasi di media sosial instagram @infobnn_ri harus dua arah, harus interaktif kepada masyarakat yang memberikan pertanyaan di dalam media sosial instagram.

Gambar 1. 5 Pemberian Informasi di Media Sosial Instagram @infobnn_ri



Sumber : Instagram @infobnn_ri

Kurangnya komunikasi dua arah di media sosial Instagram @infobnn_ri dapat menimbulkan berbagai masalah. Respons yang lambat atau tidak ada respon sama sekali dapat menyebabkan pengikut merasa diabaikan, mengurangi keterlibatan mereka. Hal ini juga dapat menyebabkan kehilangan kesempatan untuk memberikan informasi tambahan atau edukasi kepada masyarakat. Selain itu, kurangnya responsivitas dapat merusak reputasi organisasi dan mengurangi kepercayaan masyarakat. Interaksi yang terhambat juga dapat mengurangi kemampuan organisasi untuk mempengaruhi dan mencapai tujuan kampanye mereka, serta menghalangi kesempatan untuk memahami kebutuhan dan preferensi audiens mereka. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan komunikasi dua arah di media sosial untuk menjaga efektivitas kampanye dan hubungan dengan pengikutnya.

Peran komunikasi dua arah menjadi amatlah penting dalam membangun hubungan yang erat antara pihak Humas dan masyarakat. Saat masyarakat diberi ruang untuk menyampaikan pendapat, bertanya, atau memberikan umpan balik, hal tersebut menciptakan ikatan yang lebih kuat dan saling kepercayaan antara penyedia informasi dan penerima informasi.

Di platform media sosial Instagram, di mana interaksi seperti komentar, like, atau pesan langsung memiliki relevansi besar, ketidakresponsifan atau keterlibatan yang minim dari pihak Humas dapat menghambat potensi terbentuknya dialog yang aktif dan berkelanjutan. Dampaknya dapat dirasakan pada kurangnya minat masyarakat terhadap informasi yang disajikan, sebab terbatasnya rasa terlibat dalam proses komunikasi.

Berdasarkan pemaparan masalah tersebut, maka penelitian ini berjudul Strategi Media Sosial Instagram @infobnn_Ri Humas Badan Narkotika Nasional (Bnn) Pusat Dalam Pencegahan Penggunaan Narkotika dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teori Excellent yang digagas oleh Grunig & Hunt pada tahun 1960 Menurut teori Excellence, nilai humas untuk masyarakat dan organisasi didasarkan pada tanggung jawab sosial manajemen atas keputusan yang dibuat dan hubungan yang baik dengan stakeholder (Ramadhani & Amelia, 2023).

Harapan dari penelitian ini adalah agar peneliti dapat memberikan sumbangan yang signifikan dalam pengembangan ilmu komunikasi di lingkungan akademis dan juga memberikan manfaat konkret bagi Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat, terutama dalam konteks komunikasi untuk mencegah penyalahgunaan narkotika. Oleh karena itu, harapannya adalah bahwa hasil penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga dan dukungan yang efektif dalam upaya pencegahan penyalahgunaan narkotika melalui penerapan strategi komunikasi yang efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti merumuskan permasalahan yang menjadi bahan pembahasan dalam penelitian ini adalah ” Bagaimana Strategi Humas Badan Narkotika Nasional Pusat dalam melakukan Pencegahan Penggunaan Narkotika di Media Sosial Instagram @Infobnn_ri? “

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Humas Badan Narkotika Nasional Pusat dalam melakukan Pencegahan Penggunaan Narkotika di Media Sosial Instagram @Infobnn_ri

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan agar hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat, karena nilai sebuah penulisan dapat ditentukan oleh besarnya manfaat yang dapat diambil dari penulisan tersebut. Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan, terutama pada ruang lingkup Public Relations.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang akademik terutama pada ruang lingkup Ilmu Komunikasi dan dapat menjadi referensi untuk pembelajaran dan penelitian lainnya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bagian ini mencakup gambaran umum mengenai isu yang menjadi fokus penelitian, meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Pada bagian ini, akan diuraikan konteks masalah, pernyataan masalah, tujuan penelitian, dampak positif yang diharapkan dari hasil penelitian, serta pengaturan struktur penulisan secara rinci

BAB II Kajian Pustaka

Bagian ini mencakup teori penelitian, konsep, dan pendekatan lain yang terkait dengan penelitian. Melibatkan tinjauan literatur yang mencakup penelitian terdahulu yang relevan, pemahaman konsep dari studi kepustakaan, kerangka pemikiran, dan teori-teori pendukung lainnya. Dalam konteks ini, akan disajikan landasan teoritis yang mendukung serta merinci konsep-konsep yang mendasari penelitian, dengan merujuk pada literatur terkait sebagai dasar untuk mengarahkan dan membentuk landasan penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Bagian ini membahas metode penelitian dan elemen-elemen terkait yang melibatkan pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta lokasi dan jadwal penelitian. Dalam bagian ini, akan dijelaskan secara rinci mengenai metode yang digunakan, termasuk pendekatan penelitian yang diterapkan, penentuan partisipan penelitian, teknik pengumpulan data yang dipilih, prosedur pengolahan dan analisis data, serta spesifikasi terkait lokasi dan jadwal penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini mengandung hasil penelitian yang relevan dengan perumusan masalah yang telah dijelaskan pada bab I.

BAB V PENUTUP

Bab V adalah bab terakhir atau penutup dari mini riset ini, di dalam bab ini akan terdapat kesimpulan dan saran.

