

Komunikasi Persuasif Melalui Pesan Akun Instagram Badan Narkotika Nasional Provinsi Papua

Fransina Alfonsina Izaac*, Lisda Oktavia Madu Pamangin, Fajrin Violita, Vyona Mantayborbir dan Katarina Lodia Tuturop

Universitas Cenderawasih, Jayapura, Indonesia

*izaacfransina@gmail.com

Artikel

Submitted: 01-05-2025

Reviewed: 04-08-2025

Accepted: 14-11-2025

Published: 05-12-2025

DOI:

10.32509/wacana.v24i2.5315



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume : 24
No. : 2
Bulan : Desember
Tahun : 2025
Halaman : 306-320

Abstract

This study provides an overview that social media, especially Instagram, has great potential as a means of persuasive communication in drug prevention campaigns. The strategy for preventing drug abuse is carried out by the Papua Province National Narcotics Agency through the Instagram platform. Messages about the dangers and impacts of drugs are conveyed through images and videos uploaded to Instagram accounts. This study looks at the input aspects in the theory of persuasive communication, namely the content of the message, the purpose of the message, and the characteristics of the message in the Instagram posts of the Papua Province National Narcotics Agency. The posts analyzed were image posts containing drug prevention messages. The image posts selected from January to March 2025 totaled 18 images. This research method uses a descriptive qualitative research method. The results of the study found that the composition of the message content of the post consisted of three, namely, fear appeal, emotional appeal and motivational appeal. The purpose of the message conveyed is education, providing information and influencing. The targets depicted in the Instagram posts of the Papua Province National Narcotics Agency are teenagers, considering that teenagers are the age group that is most involved in drug abuse according to data from the Papua Province National Narcotics Agency.

Keywords: Persuasive Communication; Drug Prevention; Instagram

Abstrak

Penelitian ini memberikan gambaran bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki potensi besar sebagai sarana komunikasi persuasif dalam kampanye pencegahan narkoba. Badan Narkotika Nasional menggunakan Instagram sebagai strategi pencegahan penyalahgunaan narkoba. Pesan-pesan bahaya dan dampak narkoba disampaikan melalui gambar dan video yang diupload pada akun Instagram. Penelitian ini melihat aspek input dalam teori komunikasi persuasif yaitu isi pesan, tujuan pesan, dan karakteristik pesan pada pesan Instagram Badan Narkotika Nasional Provinsi Papua. Pesan yang dianalisis adalah pesan gambar yang berisi pesan pencegahan narkoba. Pesan gambar yang dipilih sejak bulan Januari- Maret 2025 dan berjumlah 18 gambar. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menemukan bahwa penyusunan isi pesan pesan terdiri dari tiga yaitu, *fear appeal*, *emotional appeal* dan *motivational appeal*. Tujuan pesan yang disampaikan adalah edukasi, pemberian informasi dan mempengaruhi. Sasaran yang tergambar pada pesan Instagram Badan Narkotika Nasional Provinsi Papua ialah remaja, melihat remaja merupakan kelompok usia yang banyak terlibat dengan penyalahgunaan narkoba sesuai dengan data pada BNN Provinsi Papua.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif; Pencegahan Narkoba; Instagram

PENDAHULUAN

Penyalahgunaan narkoba menjadi masalah yang perlu mendapat perhatian. Kasus penyalahgunaan narkoba setiap hari meningkat. Berdasarkan data Badan Narkotika Nasional (BNN)

Republik Indonesia, pengguna narkoba di Indonesia pada tahun 2021- 2023 sekitar 3,3 juta orang (Nath et al., 2022). Data berdasarkan provinsi terkait pengedar dan penyalahgunaan narkoba, di Provinsi Papua pada tahun 2023, pengedar narkoba sebanyak 729 dan penyalahgunaan berjumlah 173 (Syah & Margaret, 2024, p. 886). Di provinsi ini juga terjadi peningkatan pada proporsi pengguna narkoba golongan 1 meningkat selama tahun 2021 sampai dengan 2022 yaitu sebesar 2,6%, dimana pada tahun 2021 yaitu 4,6% dan meningkat menjadi 7,2% di tahun 2024 (Izaak & Violita, 2024). Kelompok umur terbanyak yang terlibat penyalahgunaan ialah 15-24 tahun (Mintawati & Budiman, 2021). Di Provinsi Papua, penyalahgunaan narkoba telah menyebar sampai anak usia dini (Hikoyabi, 2023, p. 342). Dampak penyalahgunaan narkoba tidak hanya terhadap kesehatan fisik tetapi mental. Penyalahgunaan berdampak buruk bagi kesehatan fisik seperti, sakit kepala, mual muntah, gangguan syaraf, jantung dan pembuluh darah (Noviana, 2024). Hasil wawancara dengan petugas di Rumah Sakit Khusus Abepura pada Agustus 2024, mengatakan bahwa pasien dengan gangguan jiwa yang sedang menjalani rehabilitasi rawat jalan kebanyakan adalah mereka yang menggunakan narkoba, dan paling banyak adalah jenis ganja. Selain dampak kesehatan, permasalahan narkoba bisa berhadapan dengan hukum. Di Indonesia terdapat Undang- undang yang mengatur tentang penyalahgunaan narkotika yakni UU No. 35 Tahun 2009 (Lambang et al., 2022, p. 95). Tidak sedikit keterlibatan anak- anak menjadi kurir ganja yang kemudian berhadapan dengan hukum (Arifin, 2021, p. 139). Data dari Satuan Reserse Narkoba Polres Jayapura Kota menjelaskan bahwa anak- anak terlibat dalam peredaran dan juga penyalahgunaan narkoba jenis ganja dan menghadapi konsekuensi hukum (Sri Iin Hartini & Fitriyah Ingratubun, 2021, p. 26).

Konsekuensi yang disebabkan oleh penyalahgunaan narkoba membuat pemerintah melakukan upaya- upaya untuk mencegah dan mencari solusi untuk menyelesaikan masalah penyalahgunaan narkoba. Salah satu upaya yaitu melalui BNN dengan program Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Narkoba (P4GN) (Mahaputra et al., 2022). Dalam program ini BNN melakukan berbagai aktifitas dengan tujuan untuk mencegah, memberantas penyalahgunaan dan peredaran narkoba. Program yang dilakukan misalnya sosialisasi, edukasi, kampanye, pagelaran seni bagi masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan mengenai bahaya narkoba (Amin & Haswita, 2024; LUBIS, 2023). BNN juga melakukan pemberian informasi dan edukasi bagi remaja dengan mendatangi sekolah- sekolah (Lestari, 2023).

Strategi BNN dalam melakukan P4GN juga melalui media sosial, karena media social merupakan alat komunikasi yang populer saat ini (Wahyudin & Adiputra, 2019) seperti Instagram. Instagram merupakan salah satu platform yang memiliki banyak pengguna (Permata et al., 2025). Data tahun 2024 menunjukkan bahwa pengguna Instagram di Indonesia adalah sebanyak 84,3 juta pengguna. Angka ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna Instagram terbanyak. Pengguna Instagram didominasi oleh generasi millennial dan generasi Z yaitu kelompok usia 18-34 tahun (Dewi, 2024, p. 5). Melihat banyak pengguna Instagram (Ig) maka pemilihan Instagram sebagai media komunikasi untuk memberikan informasi dan edukasi diharapkan bisa berdampak positif untuk mencegah dan memberantas penyalahgunaan narkoba (Birri & Rahmah, 2025, p. 50).

Akun Instagram BNN Provinsi Papua (BNNP Papua) dibuat sejak tahun 2015. Berbagai bentuk pesan digunakan sebagai alat komunikasi untuk mendiseminasikan pengetahuan tentang bahaya narkoba, misalnya melalui gambar dan video (Habibi & Mahbubah, 2024). Pesan yang berisi pesan- pesan pencegahan tentunya bertujuan untuk bisa memberikan pemahaman melalui informasi- informasi bahaya narkoba sehingga dapat mempengaruhi perilaku masyarakat untuk menghindarkan diri dari narkoba.

Beberapa penelitian terdahulu melakukan penelitian terkait analisis pesan pada Instagram. Penelitian sebelumnya dilakukan dengan focus melihat penggunaan Instagram dalam memberikan informasi pencegahan narkoba, menggunakan teori Kekayaan Media. Dan hasil yang didapatkan adalah pesan Instagram memberikan variasi baik verbal maupun nonverbal dan efektif memberikan informasi serta dapat mempengaruhi perasaan dan emosi khalayak (Herliani et al., 2023). Studi lainnya adalah melakukan analisis isi konten akun Instagram BNN dengan menggunakan (content analysis)

kuantitatif. Studi mendapatkan bahwa kategori pesan yang muncul pada pesan adalah pesan produktivitas, bahaya narkoba, kesehatan mental, dan kesehatan jasmani, dan komunikasi kelompok dan intrapersonal (Jaki, 2021).

Pada penelitian saat ini bertujuan untuk melihat isi pesan menggunakan teori komunikasi persuasi. Teori komunikasi persuasif menekankan pentingnya pesan, saluran, serta konteks sosial dalam mempengaruhi perubahan perilaku dan sikap audiens, yang sangat relevan dengan upaya BNN dalam mengedukasi serta membangun opini publik tentang bahaya narkoba melalui platform digital. Namun, penerapan konsep-konsep persuasif seperti motif, kredibilitas komunikator, serta keterlibatan emosional audiens dalam strategi media sosial instansi pemerintah masih sering kurang didokumentasikan secara akademik. Selain itu, literatur yang tersedia mengenai komunikasi persuasif cenderung membahas elemen komunikasi massa secara umum, tanpa analisis khusus terhadap teknik modifikasi pesan atau interactive engagement di media sosial sebagai bagian dari kampanye pencegahan narkoba yang dilakukan BNN. Pemanfaatan strategi media sosial membutuhkan pemahaman mendalam atas algoritma, segmentasi audiens, dan desain konten yang dapat memicu respons persuasif, namun riset-riset lokal belum secara sistematis mengintegrasikan teori komunikasi persuasif dalam evaluasi efektivitas pesan-pesan digital BNN. Hal ini mengindikasikan perlunya sintesis literatur yang menghubungkan best practices komunikasi persuasif dengan inovasi strategi digital di ranah pemerintahan. Sehingga penelitian ini menggunakan teori MC Guire, teori ini menjelaskan bahwa komunikasi dapat dimanfaatkan untuk merubah sikap dan perilaku kesehatan (Octaviani & Sari, 2024, p. 59). Didalam teori ini terdapat dua variable yaitu variable input dan variable output. Aspek yang menjadi focus adalah variabel input. Variabel ini terdiri dari, sumber pesan, pesan itu sendiri, karakteristik penerima dan tujuan pesan (Fitriani, 2011, p. 144).

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penyusunan isi pesan, apa tujuan pesan yang disampaikan melalui akun Instagram BNNP Papua, dan siapa saja yang menjadi target penerima pesan. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi pesan pada pesan tujuan pesan yang disampaikan melalui akun Ig BNNP Papua, ingin mengetahui tujuan pesan yang disampaikan serta mengetahui siapa yang menjadi target penyampain pesan. Variabel ini akan dimodifikasi dengan tiga elemen penting dalam penyampaian pesan persuasif yaitu karakteristik dari komunikator, karakteristik komunikasi dan karakteristik dari penerima pesan (Niven, 1995).

METODOLOGI

Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian kualitatif merupakan suatu kegiatan penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan hasil data deskriptif yaitu informasi secara tertulis dan tidak tertulis dari individual atau kelompok dengan cara diamati. Teori yang digunakan dalam menganalisis isi pesan yaitu Komunikasi Persuasif. Di dalam teori ini terdapat dua unsur yang mempengaruhi efektifitas upaya komunikasi yaitu input dan output. Input meliputi; sumber pesan, pesan itu sendiri, saluran penyampaian dan karakteristik penerima. Aspek output mencakup; pengetahuan, sikap, pembuatan keputusan, perilaku- perilaku yang bisa diobservasi. Penelitian ini menggunakan design konten analysis kontekstual. Melihat isi pesan sesuai dengan kata- kata yang disampaikan pada akun Ig BNNP Papua, seperti melihat konten pesan yang disampaikan, apa tujuan pesan tersebut. Analisis konseptual tentang komunikasi persuasif dalam pesan BNN berfokus pada upaya sistematis untuk memahami elemen pesan, teknik, dan tujuan yang digunakan BNN dalam menyampaikan ajakan atau himbauan tentang pencegahan narkoba melalui media sosial. Secara ilmiah, analisis ini mengurai makna, struktur, serta mekanisme persuasif yang diterapkan agar audiens, terutama remaja dan masyarakat umum, termotivasi untuk menolak penyalahgunaan narkoba secara sukarela dan sadar.

Data yang diambil dalam penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pemilihan sampel dengan kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian. teknik ini digunakan karena pada penelitian ini hanya berfokus pada pesan akun BNN Provinsi Papua yang berupa gambar. Gambar yang menjadi kriteria inklusi yaitu gambar yang berisi pesan pencegahan

narkoba dan diposting dari Januari hingga Maret 2025. Kriteria eksklusi yaitu gambar yang tidak mengandung pesan-pesan pencegahan dan video pencegahan narkoba. Data sekunder diperoleh dari kajian literature, dokumen BNN Provinsi Papua. Data ini digunakan untuk menambah informasi dalam membahas penelitian ini.

Lembar koding digunakan sebagai instrumen sistematis untuk mencatat dan mengorganisasi data penelitian yang berkaitan dengan teori komunikasi persuasif dari sisi variabel input, yakni komponen yang mencakup sumber pesan, bentuk pesan, dan konteks penyampaian. Dalam konteks ini, lembar koding berfungsi bukan hanya sebagai alat dokumentasi, tetapi juga sebagai perangkat analisis awal bagi peneliti untuk memahami pola-pola komunikasi persuasif pada konten media sosial. Lembar koding berfungsi untuk mencatat secara terstruktur frekuensi kemunculan dan karakteristik isi pesan yang terkait dengan tujuan komunikasi persuasif pada pesan Instagram BNN Provinsi Papua sebagai alat penyampai pesan pencegahan narkoba.

Dalam pengkodean teori komunikasi persuasif, beberapa tipe *appeal* digunakan sebagai indikator pengklasifikasian pesan; Fear appeal diidentifikasi melalui isi atau gambar yang menonjolkan ancaman atau konsekuensi negatif penggunaan narkoba, seperti menampilkan dampak fisik, sosial, atau psikologis korban. Visual yang digunakan biasanya memiliki kesan menyeramkan atau menimbulkan rasa takut sebagai upaya mencegah perilaku berisiko. *Emotional appeal* ditandai oleh penggunaan kata-kata yang menggugah perasaan empati, kasih sayang, dan harapan. Dalam konteks visual, kategori ini mencakup gambar keluarga, orang tua, anak-anak, dan momen kebersamaan untuk membangkitkan sentimen emosional terhadap nilai-nilai positif kehidupan tanpa narkoba. *Motivational appeal* terlihat melalui pesan-pesan yang mengandung semangat, cita-cita, dan dorongan untuk berubah, misalnya melalui kalimat inspiratif atau visualisasi individu yang berhasil pulih dari penyalahgunaan narkoba dan mencapai kesuksesan hidup.

Validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan melalui diskusi antar coder atau proses interrater reliability, peneliti dapat mengecek konsistensi antar pemberi kode sehingga hasil lebih objektif. komponen perangkat bantu manual dalam studi pesan Instagram BNN Papua, perangkat bantu manual meliputi; Kertas atau template digital (word) berisi tabel coding. Kolom untuk identitas pesan (tanggal, link, visual). Kolom isi pesan dan deskripsi gambar. Kolom kode tipe persuasif, indikator (misal: dampak narkoba, visual menyeramkan, emosi keluarga). Kolom frekuensi dan memo peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan 18 gambar yang diposting pada akun Instagram BNN Provinsi Papua, sejak Januari sampai Maret 2025. Akun Instagram BNN Provinsi Papua memiliki followers sebanyak 16,2 k. yang terdiri dari berbagai kelompok umur, anak-anak hingga dewasa.



Gambar 1. Followers Akun IG BNN Provinsi Papua

(Sumber: Instagram.com/infobnn_prov_papua)

Berdasarkan gambar 1 dapat dijelaskan bahwa jumlah followers pada akun Ig BNN sejak bulan Januari sampai Maret 2025 adalah sebanyak 16,2 k.

Penyusunan Isi Pesan Persuasif (Fear, Emotional, Motivational Appeal)

Hasil penelitian menemukan bahwa, didalam 18 pesan pada akun BNNP Papua sejak Januari-Maret 2025 terdapat beberapa tiga cara penyusunan pesan, yaitu *fear appeal*, *emotional appeal*, *motivational appeal*. Elemen isi pesan adalah aspek-aspek yang membentuk substansi dari pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi persuasif. Dalam kerangka ilmiah komunikasi, isi pesan mencakup beberapa dimensi utama, seperti daya tarik dan cara penyampaian, misalnya bagaimana pesan disusun, apakah menggunakan emosi, logika, atau etika untuk menarik perhatian dan membujuk audiens. Variabel input menurut McGuire berfungsi sebagai kerangka untuk merancang komunikasi persuasif yang efektif, dimana isi pesan sebagai salah satu variabel kritical harus dirancang dengan cermat agar mampu mempengaruhi proses kognitif audiens dari perhatian hingga penerimaan dan perubahan sikap atau perilaku secara bertahap dan sistematis

Tiga cara penyusunan ini didapatkan melalui interpretasi makna isi pesan yang dituangkan dalam pesan.

Tabel 1. Cara Penyusunan Pesan

Cara Penyusunan	Jumlah Pesan	Jumlah Likes
<i>Fear appeal</i> (pesan yang menakutkan)	1	5
<i>Emotional appeal</i> (pesan yang penuh dengan emosi)	5	22
<i>Motivational appeal</i> (pesan yang penuh dorongan)	12	48

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa penyusunan pesan yang diposting terbanyak Adalah memberikan pencerahan dan motivasi melalui keuntungan yang didapatkan apabila menjauhi narkoba. Sedangkan, isi pesan pada pesan yang mengandung konsekuensi negative dari tindakan penggunaan narkoba merupakan cara penyusunan yang digunakan paling sedikit.

Tujuan Pesan (Mempengaruhi, Mendidik, Memberi Informasi)

Berdasarkan isi pesan yang disampaikan pada pesan Ig BNNP Papua, tujuan pesan yang tergambar adalah mempengaruhi, mendidik dan memberikan informasi. Jumlah pesan berdasarkan tujuan dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 2. Fungsi Pesan dalam Pesan

Fungsi	Jumlah Pesan	Jumlah Likes
Mempengaruhi	9	40
Memberikan didikan	3	10
Memberi informasi	6	24

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan tabel 2 menemukan bahwa frekuensi terbanyak tujuan pesan terkandung didalam pesan BNN Provinsi Papua ialah untuk mempengaruhi. Sedangkan pesan dengan tujuan mendidik memiliki jumlah paling sedikit yaitu 4.

Karakteristik Penerima Pesan

Karakteristik penerima pesan pencegahan narkoba yaitu remaja sangat terlihat dari gambar dan bahasa yang digunakan dalam pesan tersebut. Gambar-gambar yang dipilih cenderung menggunakan warna cerah dan desain dinamis yang menarik perhatian remaja yang aktif menggunakan media sosial seperti Instagram. Bahasa yang digunakan juga disesuaikan dengan gaya komunikasi remaja, yaitu lugas, sederhana.

Pembahasan

Isi pesan merupakan komponen utama dari pesan komunikasi yang memuat pokok pikiran, informasi gagasan serta maksud yang ingin disampaikan kepada penerima. Isi pesan berupa kata-kata dan kalimat yang terkandung didalam pesan akun Ig BNN Provinsi Papua. Hasil penelitian menemukan terdapat tiga cara penyusunan pesan yaitu, *fear appeal*, *emotional appeal* dan *motivational appeal*.

Fear appeal merupakan teknik komunikasi persuasif yang memasukan unsur rasa takut atau ancaman untuk memengaruhi sikap dan perilaku audiens. Pesan ini berisi gambaran potensi bahaya atau konsekuensi negatif yang mungkin dialami jika seseorang tidak mengubah sikap atau perilakunya. Dalam konteks komunikasi persuasif, *fear appeal* berfungsi sebagai daya tarik yang membangkitkan perasaan cemas dan takut sehingga individu terdorong untuk mengambil tindakan pencegahan agar terhindar dari risiko tersebut. Hal ini disampaikan melalui pesan yang memuat dampak buruk dan menakutkan dari narkoba. "Narkoba bukanlah pelarian tapi jalan menuju kehancuran".

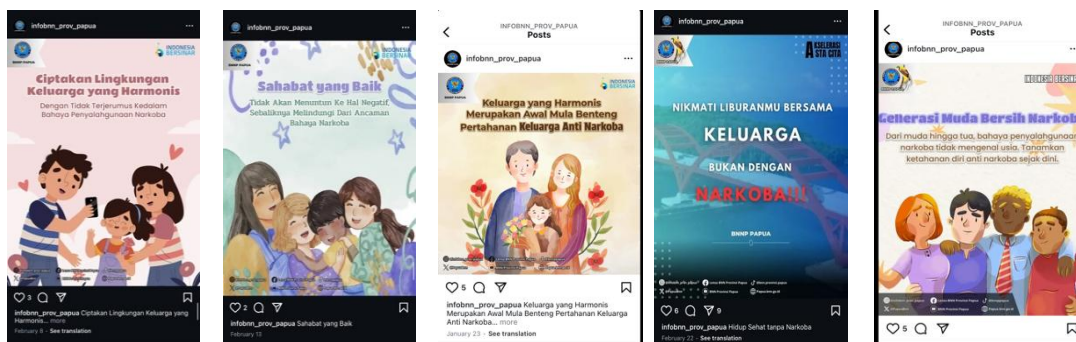


Gambar 2. Konten pesan *fear appeal*
(Sumber: Instagram.com/infobnn_prov_papua, 2025)

Dapat dilihat pada gambar 2 diatas bahwa, isi pesan dalam pesan BNN yang disampaikan melalui Ig BNN yaitu konten pesan *fear appeal*. Hal tersebut tergambar melalui penggunaan kata, misalnya Kata kehancuran yang digunakan dalam pesan komunikasi. Ini menunjukkan bahwa pesan ini memberikan peringatan dan ancaman terkait dampak negative akibat penyalahgunaan narkoba. Pesan ini menegaskan bahwa narkoba membawa kehancuran bukan saja fisik tetapi mental. Kata kehancuran juga digambarkan melalui gambar ekspresi bingung atau kecemasan dan gambar hati yang rusak. Isi pesan baik secara tertulis pada kata-kata dan gambar yang tertuang didalam pesan ini tidak sekedar slogan saja tetapi pesan persuasif yang menggabungkan emosi, kognitif dan perilaku

preventif. Menurut Scott, gambar tidak hanya sebagai gambaran nyata dari suatu kenyataan tetapi juga sebagai alat memberikan makna dan daya tarik emosional. Gambar juga dapat digunakan untuk membangun argumentasi atau pendapat (Azah, 2023). Studi pada remaja yang bertujuan untuk mengurangi konsumsi alkohol mendapatkan bahwa intervensi kelompok dengan pendekatan *fear appeal* mendapatkan bahwa *fear appeal* meningkatkan motivasi remaja untuk mengurangi perilaku penyalahgunaan alkohol dan narkoba (Purnamasari et al., 2020). Upaya sejenis juga dilakukan oleh BNN Bengkulu dalam P4GN dengan cara pembuatan konten seperti poster atau pamflet melalui akun Ig BNN Bengkulu. Pesan pencegahan disosialisasikan pada akun Ig karena banyak Masyarakat yang saat ini menggunakan media social khususnya ig (Yuliandrie & Yuliati, 2023). Hal ini juga ditemukan oleh studi lain bahwa penggunaan efek visual dalam kampanye visual dan kreativitas konten Instagram BNN terbukti mampu mendorong perubahan sikap dan perilaku masyarakat, terutama generasi muda, melalui pesan-pesan interaktif berbasis visual (ANGGRAINI, 2024).

Selain *fear appeal* yang digunakan dalam isi pesan akun Ig BNNP Papua, *emotional appeal* juga merupakan salah satu strategi penyusunan pesan. *Emotional appeal* dalam pesan adalah pendekatan komunikasi persuasif yang bertujuan menggugah atau membangkitkan emosi audiens, seperti rasa haru, simpati, kebahagiaan, atau empati, untuk mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Pesan dengan *emotional appeal* sering menggunakan simbol, kata-kata, atau visual yang menyentuh perasaan dan membangun ikatan emosional dengan penerima pesan sehingga mereka terdorong melakukan tindakan yang diharapkan. Pendekatan ini efektif digunakan untuk menciptakan respon emosional positif atau menggerakkan perhatian audiens sehingga pesan dapat diterima dan direspon secara lebih personal dan mendalam. Komunikasi pesan persuasif tidak semata-mata menggunakan data atau fakta saja tetapi juga menggunakan aspek emosional. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Ratnasari bahwa *emotional appeal* dalam komunikasi persuasif berperan membangkitkan baik perasaan positif seperti empati, kebahagiaan, atau harapan, untuk mempengaruhi sikap serta perilaku audiens (Ratnasari et al., 2020). Pesan dengan muatan emosi positif biasanya membangun kedekatan dan empati, misalnya dengan menggugah rasa iba pada korban, sehingga memunculkan kepedulian dan cenderung meningkatkan citra serta penerimaan pesan oleh audiens. Pesan emosional dapat dilihat dalam pesan berikut:



Gambar 3. Konten-konten pesan *emotional appeal*
(Sumber: Instagram.com/infobnn_prov_papua, 2025)

Berdasarkan gambar 3, beberapa pesan Ig akun BNNP Papua mengandung aspek emosional. Kata-kata keluarga dan sahabat yang digunakan dalam beberapa pesan di atas menggambarkan lingkungan terdekat seseorang dimana kasih sayang dan perhatian dibangun sehingga memiliki kedekatan emosional. Oleh sebab itu, dari lingkungan terdekat yang memiliki pengaruh positif tentunya narkoba bisa dihindari. Tidak hanya kata-kata yang ditunjukkan dalam pesan tetapi gambar berpelukan antara keluarga dan juga sesama teman menunjukkan kedekatan emosi yang dapat memengaruhi perilaku pencegahan penyalahgunaan narkoba. Studi sebelumnya yang dilakukan oleh

BNN Samarinda, menandakan keterkaitan antara efektivitas kampanye anti narkoba melalui media massa. Karena, media massa yang berperan sebagai sumber inspirasi bagi semua orang yang membacanya. Memiliki peran untuk menggerakkan semua lini dan instansi di negeri ini khususnya juga di Kota Samarinda untuk terus mengupayakan pemberantasan narkoba dan mencegah agar narkoba tidak berkembang dan disalahgunakan anak bangsa (Herliani et al., 2023). Memperkaya pemahaman tentang konten pesan yang digunakan dalam pesan pada akun Ig terkait bahaya narkoba menjadi sangat penting. Hasil ini ditemukan dalam hasil studi di BNN Payakumbuh bahwa, strategi kedekatan emosional yakni Pendidikan antar remaja menjadi salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk memberikan informasi tentang bahaya narkoba (Sandi & Trisakti, 2022).

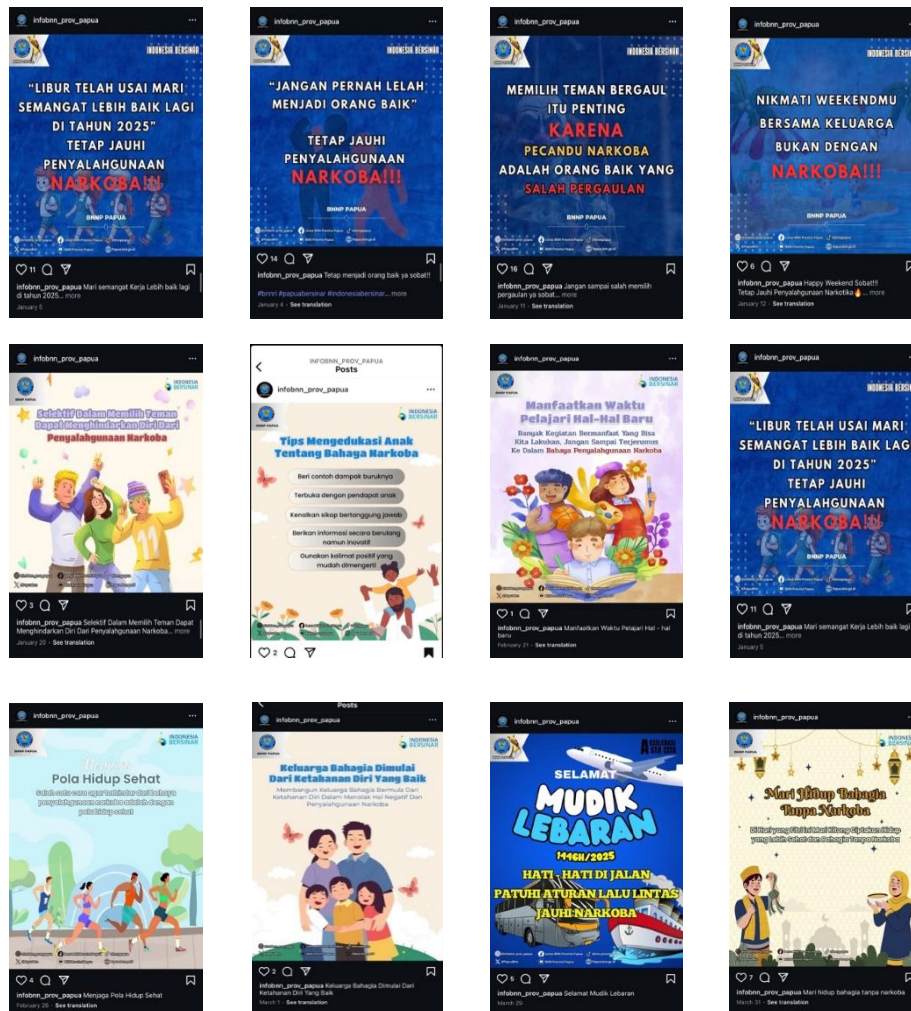
Cara penyusunan pesan berikut yang digunakan dalam pesan ig BNNP Papua adalah *motivational appeal*. Motivational appeal adalah penyusunan pesan komunikasi baik secara tertulis atau simbol untuk memberikan dorongan atau dukungan kepada penerima pesan, seperti semangat untuk berubah, keinginan menjadi lebih baik, atau aspirasi mencapai sesuatu yang positif. Pesan yang menggunakan motivational appeal tidak hanya menjanjikan hasil, tetapi juga menstimulasi motivasi intrinsik audiens untuk mengikuti atau menuruti isi pesan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Harapan pada mahasiswa menemukan bahwa salah satu motivational appeal, berperan penting dalam menumbuhkan disiplin dan motivasi belajar mahasiswa secara signifikan. Motivational appeal yang diberikan dosen, seperti memberikan dorongan, membangun harapan, dan mengajak mahasiswa untuk mengenal jati dirinya, terbukti dapat mempengaruhi sikap serta perilaku mahasiswa menjadi lebih positif dan konsisten dalam proses pembelajaran (Harahap, 2020). Hal yang sama juga ditemukan oleh Afifah bahwa motivational appeal dapat menciptakan ruang komunikasi positif, menginspirasi pengikutnya agar terus berjuang dan berkembang. Motivational appeal disampaikan melalui pesan-pesan ajakan dan motivasi secara konsisten, yang terbukti mampu meningkatkan motivasi dan partisipasi follower dalam kegiatan yang diangkat akun tersebut (Afifah, 2021).

Motivational appeal merupakan salah satu teknik yang efektif dalam pesan persuasif untuk membangkitkan motivasi audiens agar melakukan tindakan yang diharapkan komunikator tanpa unsur paksaan. Teknik ini digunakan dengan memberikan dorongan, nilai, atau harapan kepada komunikan agar termotivasi secara psikologis untuk mengubah sikap, opini maupun perilaku. Dalam konteks pesan persuasif pencegahan bahaya narkoba, strategi *motivational appeal* ini sangat relevan, karena pesan-pesan yang mengedepankan dorongan, semangat perubahan, dan aspirasi hidup sehat akan lebih efektif menstimulus motivasi intrinsik audiens, sehingga mereka terdorong secara sadar untuk menjauhi narkoba dan memilih perilaku sehat secara mandiri. Pendekatan ini efektif dalam komunikasi persuasif karena mampu menggerakkan audiens secara emosional dan kognitif untuk mengambil tindakan yang diinginkan oleh komunikator. Pesan akun Ig BNNP Papua terdapat 12 pesan dengan isi pesan mendukung atau memotivasi.

Pesan-pesan pada gambar 4 menunjukkan isi pesan memberi motivasi bagi penerima pesan. Kata-kata yang digunakan seperti mari menjauhkan diri dari narkoba, tetap menjadi orang baik, jauhi narkoba. Pesan-pesan memotivasi masyarakat untuk melakukan hal-hal positif supaya terhindar dari penyalahgunaan narkoba. Memotivasi orang tua untuk menciptakan lingkungan keluarga Bahagia sehingga anggota keluarga tidak mencari kebahagiaan sesaat melalui penggunaan narkoba. Penelitian pada kalangan mahasiswa menunjukkan bahwa penyalahgunaan narkoba berasal dari keluarga yang tidak harmonis dan kekurangan kasih sayang, sehingga mencari kesenangan dan kebahagiaan ditempat lain dengan penggunaan narkoba (Zaidan et al., 2025). Studi sebelumnya pada BNN Kalimantan menunjukkan bahwa pesan Upaya pencegahan narkoba melalui akun ig BNN Kalimantan juga menggunakan pesan motivasi (Jaki, 2021). Oleh sebab itu cara penyusunan pesan beberapa pesan di atas dapat mendorong agar keluarga bisa menjadi keluarga yang harmonis dan Bahagia, sebagai individu juga dapat memotivasi diri untuk melakukan hal-hal produktif untuk terhindar dari narkoba.

Hasil penelitian di sekolah dan juga menggunakan pesan motivasi menunjukkan bahwa upaya pencegahan narkoba yang mengandung pesan motivasi memberikan dampak positif signifikan terhadap perilaku remaja dalam mencegah penyalahgunaan narkoba. Pesan motivasi ini berperan

penting dalam membentuk kesadaran dan meningkatkan keterampilan pengendalian diri remaja, sehingga mereka lebih mampu menolak godaan menggunakan narkoba. Namun, dalam penelitian ini, media yang digunakan untuk menyampaikan pesan motivasi adalah poster edukatif yang dirancang khusus untuk menarik perhatian remaja dan memperkuat pesan pencegahan, sehingga poster tersebut efektif sebagai alat komunikasi motivasional dalam mengendalikan perilaku penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja (Anggraeni et al., 2025).



Gambar 4. Konten Motivasional Appeal
(Sumber: Instagram.com/infobnn_prov_papua, 2025)

Menurut McGuire dalam teori komunikasi, variabel input seperti sumber, pesan, saluran, penerima, dan tujuan sangat memengaruhi penerima pesan, karena masing-masing elemen ini menentukan sejauh mana pesan dapat menarik perhatian, dipahami, dan diyakini oleh audiens. Dengan memperhatikan dan mengelola variabel input secara optimal, penyampaian pesan pencegahan narkoba dapat menjadi lebih efektif dalam merubah perilaku target sehingga berdampak positif terhadap upaya pencegahan. Studi-studi sebelumnya juga menyatakan bahwa efektivitas program perubahan perilaku, termasuk pencegahan narkoba, sangat dipengaruhi oleh desain variabel input yang mampu memaksimalkan keterlibatan dan daya terima audiens terhadap pesan yang disampaikan (Arnold et al., 2022).

Disamping kata-kata yang tertuang dalam pesan, gambar aktivitas yang dilakukan merupakan isi pesan penting bahwa melakukan aktivitas seperti hobi, olahraga, menghabiskan waktu dengan keluarga merupakan hal-hal yang dapat dilakukan untuk menghindarkan diri dari bahaya narkoba.

Dalam variable input menurut teori persuasif oleh Mc Guire, selain isi pesan terdapat juga aspek lain yaitu tujuan pesan. Didalam pesan lg akun BNNP Papua didapatkan bahwa terdapat tiga tujuan pesan., yaitu mempengaruhi, mendidik dan memberi informasi.

Salah satu elemen dalam variabel input adalah Tujuan pesan mempengaruhi yaitu pesan yang dibuat dengan tujuan untuk memberikan pencerahan bagi penerima pesan. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif digunakan agar pesan dapat menggugah kesadaran penerima pesan (komunikatif) sehingga mereka terdorong untuk melakukan perubahan sikap dan perilaku secara sadar tanpa paksaan. Terdapat 7 pesan yang bertujuan untuk melakukan guiding dan Pendidikan social kepada penerima pesan. Pesan tersebut terlihat dalam pesan berikut:

“ Libur telah usai mari semangat lebih baik lagi di tahun 2025, tetap jauhi penyalahgunaan narkoba”

“ Jangan pernah Lelah menjadi rang baik, tetap jauhi penyalahgunaan narkoba”

“ Memilih teman bergaul itu penting karena pecandu narkoba adalah orang baik yang salah pergaulan”

“ Nikmati weekendmu Bersama keluarga bukan dengan narkoba”

“ Selektif dalam memilih teman dapat menghindarkan diri dari penyalahgunaan narkoba”

“ Manfaatkan waktu pelajari hal-hal baru”

“ Keluarga Bahagia dimulai dari ketahanan diri yang baik”

Beberapa pesan pesan di atas menggunakan pendekatan motivatif, seperti mendorong semangat setelah liburan, mengingatkan untuk tetap berbuat baik, dan mengajak menjaga hubungan dengan keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa pencegahan narkoba tidak hanya disampaikan dalam bentuk larangan, tetapi juga melalui penguatan nilai-nilai positif seperti semangat hidup, kebaikan, dan kebersamaan keluarga. Mendorong perubahan sikap, opini, atau perilaku audiens yang sebelumnya berbeda atau belum sesuai dengan tujuan komunikator

Pesan “Memilih teman bergaul itu penting karena pecandu narkoba adalah orang baik yang salah pergaulan” menekankan pentingnya faktor lingkungan pergaulan dalam memengaruhi keputusan seseorang. Penekanan ini sejalan dengan temuan banyak penelitian bahwa penyalahgunaan narkoba seringkali berawal dari pengaruh teman sebaya. Dengan demikian, pesan tersebut relevan untuk meningkatkan kesadaran generasi muda mengenai pentingnya selektif dalam pergaulan.

Pesan “Nikmati weekendmu bersama keluarga bukan dengan narkoba” memperlihatkan bahwa keluarga diposisikan sebagai alternatif positif dalam mengisi waktu luang. Ini menunjukkan nilai strategis keluarga sebagai benteng utama dalam mencegah penyalahgunaan narkoba, karena interaksi yang hangat dan harmonis di rumah dapat menjadi pelindung dari keinginan mencoba hal-hal negatif.

Hasil penelitian yang menggambarkan tujuan mempengaruhi pada komunikasi persuasif juga ditemukan dalam studi sebelumnya. Hasil penelitian dalam artikel “Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Media Massa: Teknik, Strategi, dan Pengaruh terhadap Perilaku Masyarakat” menegaskan bahwa media massa memiliki kekuatan besar dalam membentuk sikap dan perilaku masyarakat melalui teknik persuasif seperti narasi inspiratif dan mempengaruhi. Tergambar dalam penelitian pada lg BNN Papua yakni pesan persuasif untuk mencegah penyalahgunaan narkoba, strategi komunikasi yang efektif di media seperti penyampaian kisah inspiratif secara langsung dapat memberikan dampak emosional yang kuat dan mempengaruhi audiens secara luas agar menolak godaan narkoba. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pemahaman kritis masyarakat terhadap teknik persuasi sangat vital agar pesan antinarkoba yang disampaikan melalui media benar-benar menggerakkan audiens untuk memilih pola hidup sehat dan menghindari narkoba.

Pesan yang dibuat dan diupload di akun Ig BNNP Papua juga bertujuan untuk memberikan didikan sebagai peringatan dan kontrol social. Sehingga dapat mencegah penyalahgunaan narkoba. Pesan- pesan didikan ini dapat terlihat dalam kalimat- kalimat pesan dibawah ini:

“ Generasi muda bebas narkoba, dari muda bahaya penyalahgunaan narkoba tidak mengenal usia, tanamkan ketahanan diri sejak dini”

“ Narkoba bukanlah pelarian tetapi jalan menuju kehancuran, mari katakana tidak pada narkoba”

“ Selektif dalam memilih teman dapat menghindarkan diri dari penyalhagunaan narkoba”

Pesan pada pesan ini menekankan bahwa narkoba dapat menyerang siapa saja tanpa memandang usia Ini adalah didikan yang disampaikan oleh BNNP Papua. Remaja adalah fase rentan terhadap perilaku berisiko karena perkembangan otak remaja, khususnya prefrontal cortex, belum matang sepenuhnya sehingga kontrol diri masih lemah. Pesan ini ingin menanamkan konsep ketahanan diri (resilience), yakni kemampuan individu untuk menghadapi tekanan, menolak ajakan negatif, dan tetap konsisten pada pilihan hidup sehat. Pendidikan dengan menanamkan nilai tersebut sejak dini terbukti efektif menurunkan potensi penyalahgunaan zat adiktif.

Pesan untuk memberikan infromasi juga adalah tujuan dalam pesan yang dapat dilihat. Dari 18 pesan terdapat 6 pesan dengan tujuan memberikan informasi. Pesan-pesan tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

“Tips mengedukasi anak tentang bahaya narkoba”

“ Selamat Mudik Lebaran, Hati- hati dijalan patuhi aturan lalu lintas jauhi narkoba”

“Pola hidup sehat, salah satu cara terhindar dari narkoba”

“ Mari hidup Bahagia tanpa narkoba, kitong ciptakan hidup yang lebih sehat dan Bahagia tanpa narkoba”

Tujuan pesan komunikasi adalah menginformasikan kepada penerima pesan. Dalam pesan ig BNNP Papua tergambar bahwa tujuan memberikan informasi tentang potensi bahaya. Dalam hal ini, pesan ini menggabungkan dua aspek yaitu keselamatan dalam perjalanan dan bahaya narkoba. Penggunaan kata edukatif, sedangkan pesan keselamatan saat mudik Lebaran menggabungkan norma sosial dan pengingat perilaku yang aman, disisipkan dengan himbauan menjauhi narkoba, yang relevan saat mudik. Poin utama adalah agar audiens sadar akan risiko dan memilih perilaku yang lebih aman. Ini mengedukasi penerima pesan untuk menjauhi narkoba, terutama dalam konteks perjalanan jauh yang rawan. Informasi yang diberikan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan audiens dan mendorong mereka untuk berperilaku sesuai dengan informasi tersebut. Pesan ini bertujuan untuk mengubah perilaku audiens dengan memperkenalkan kesadaran akan aturan dan potensi bahaya narkoba di jalan.

Pesan tentang pola hidup sehat dan Bahagia merupakan cara untuk menghindarkan diri narkoba. Hal ini menjadi informasi bagi Masyarakat, sehingga pemikiran bahwa dengan menggunakan narkoba dapat mendatangkan kebahagiaan sebenarnya meupakan infromasi yang tidak benar (Mintawati & Budiman, 2021). Pesan tentang pola hidup sehat bisa menjadi langkah preventif terhadap penggunaan narkoba. Ini bukan hanya informasi, tetapi juga memberi saran konkret yang dapat dipraktikkan oleh audiens. Informasi bahwa pola hidup sehat bisa mencegah narkoba, pesan ini mengarahkan audiens untuk melihat pola hidup sehat sebagai pilihan yang lebih baik dan aman. Pesan ini juga menunjukkan bahwa informasi yang diberikan bisa mengubah persepsi audiens tentang narkoba, mendorong mereka untuk memilih hidup sehat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang bertujuan untuk mengkaji tujuan pesan- pesan pada akun Ig BNN untuk mencegah bahaya narkoba.

Tujuan pesan informatif dalam komunikasi persuasif Badan Narkotika Nasional (BNN) melalui media sosial seperti Instagram berfokus pada peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai bahaya penyalahgunaan narkoba. Pesan ini dikonstruksi berdasarkan teori komunikasi kesehatan yang menekankan bahwa perubahan perilaku dimulai dari peningkatan kesadaran dan pemahaman kognitif. Melalui konten berbasis fakta ilmiah, statistik nasional, dan penjelasan dampak fisiologis maupun

sosial dari narkoba, BNN berusaha membentuk kerangka berpikir rasional masyarakat agar mampu menilai risiko secara objektif. Informasi ini menjadi dasar bagi audiens untuk mengenali tanda-tanda penyalahgunaan, memahami peraturan hukum terkait, serta mengetahui tempat layanan rehabilitasi, sehingga pesan berfungsi sebagai upaya preventif yang memungkinkan individu membuat keputusan sehat dan bebas narkoba (Fadhillah et al., 2025; Wahyuni et al., 2024). Pesan pada pesan memberikan informasi tentang pencegahan penyalahgunaan narkoba, yaitu melalui kebahagiaan dari dalam diri sendiri bahkan lingkungan. Pesan ini menekankan keuntungan emosional dan kesehatan dari hidup bebas narkoba, mengajak audiens untuk terlibat dalam suatu tujuan bersama.

Salah satu tujuan pesan Ig BNN Provinsi Papua adalah edukasi. Dimana edukasi adalah upaya yang dilakukan untuk mempengaruhi, individu, masyarakat sebagai audience. Melalui konten yang informatif dan menarik, BNN berupaya meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang bahaya narkoba, faktor-faktor risiko adiksi, dan cara pencegahannya. Pesan tersebut bertujuan membentuk sikap kritis dan prinsip kuat dalam menolak narkoba serta mendorong peran aktif follower untuk ikut menyuarakan pencegahan dan berpartisipasi dalam program BNN. Dengan demikian, pesan edukasi Instagram BNN berkontribusi signifikan dalam intervensi pencegahan adiksi melalui peningkatan kesadaran, pengetahuan, serta dukungan sosial yang sangat diperlukan dalam menghadapi kompleksitas faktor adiksi narkoba (Herliani et al., 2023). Di dalam memberikan edukasi aspek- aspek yang diperhatikan adalah input, proses dan output.

Aspek input mencakup sasaran edukasi atau penerima pesan. Oleh sebab itu, penerima pesan atau audience diharapkan dapat melakukan apa yang telah disampaikan. Studi oleh Macshunah (2023) mendapatkan bahwa memperhatikan penerima pesan merupakan hal terpenting dalam penyampaian pesan, karena akan berpengaruh terhadap perubahan perilaku yang diharapkan. Hal inipun terlihat dalam hasil penelitian pada BNN Bengkulu bahwa ada beberapa tahapan sebelum memberikan informasi dan edukasi bagi masyarakat. Penentuan sasaran adalah menjadi tahapan yang penting sebelum kegiatan P4GN dilakukan. Hal ini krusial karena dapat mempengaruhi pemahaman serta berdampak pada perubahan perilaku yang ingin dicapai dari target atau sasaran pencegahan. Karakteristik penerima pesan menurut kelompok usia, terlihat dari 18 gambar didominasi oleh remaja. Ini terlihat empat contoh pesan Ig BNN Provinsi Papua berikut :



Gambar 5. Karakteristik Penerima Pesan
(Sumber: Instagram.com/infobnn_prov_papua, 2025)

Pada gambar 5, diketahui bahwa karakteristik penerima pesan berasal dari berbagai kelompok usia. Namun, berdasarkan beberapa contoh pesan di atas, remaja merupakan kelompok usia terbanyak yang terlihat. Ini merupakan gambaran bahwa remaja merupakan sasaran oleh BNN Provinsi Papua, karena banyak kasus penyalahgunaan narkoba didominasi oleh remaja. Sehingga BNN Provinsi Papua sebagai komunikator atau pembuat pesan. Beberapa studi dilakukan pada Instagram BNN provinsi dan kabupaten lainnya juga menemukan bahwa remaja menjadi salah satu sasaran dalam penyampaian pesan, karena kelompok usia tersebut banyak menjadi korban bahaya narkoba (Cahyani & Mutiah, 2024). Strategi BNN Bengkulu dalam penyampaian pesan pencegahan melalui akun Ig,

menentukan sasaran adalah remaja karena kelompok remaja merupakan usia yang mudah terpengaruh, remaja rentan menjadi target pengedar narkoba (Yuliandrie & Yuliati, 2023, p. 6). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan di kota Banda Aceh bahwa target utama dari pesan-pesan pencegahan bahaya narkoba adalah kelompok usia remaja. Strategi yang digunakan oleh BNN Banda Aceh juga yaitu komunikasi melalui teman sebaya sehingga dapat memberikan informasi kepada remaja lainnya terkait bahaya narkoba (Susilawati et al., 2023).

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya yang memfokuskan pada variabel output, yaitu melihat dampak atau hasil dari pesan pencegahan penyalahgunaan narkoba yang dibuat oleh BNN. Dampak ini bisa berupa perubahan sikap, pengetahuan, maupun perilaku masyarakat setelah menerima pesan dari pesan tersebut. Sehingga, penelitian tersebut menilai efek nyata yang terjadi akibat pesan-pesan yang disebar oleh BNN (Ghanis Wahyurini et al., 2023; Suryono & Kusharsanto, 2024). Sementara hasil penelitian ini lebih berfokus pada variabel input yakni, isi pesan, tujuan pesan dan karakter penerima pesan. Variabel input ini penting untuk dipelajari karena merupakan elemen-elemen dasar yang membentuk pesan komunikasi persuasif. Ketiga elemen ini secara langsung memengaruhi bagaimana pesan disusun, dipahami, dan akhirnya diterima oleh audiens. Dengan mengkaji variabel input, penelitian ini memahami bagaimana isi dan tujuan pesan serta karakteristik audiens secara signifikan memengaruhi efektivitas pesan dalam mencapai tujuan pencegahan penyalahgunaan narkoba yang sesungguhnya. Pendekatan ini memberikan pemahaman lebih komprehensif mengenai mekanisme komunikasi dan potensi optimalisasi strategi penyuluhan BNN sehingga hasil yang diharapkan dapat lebih terukur dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Jumlah pesan gambar pesan pencegahan narkoba akun BNNP Papua sejak Januari- Maret 2025 berjumlah 18 pesan. Strategi penggunaan akun Instagram untuk mencegah penyalahgunaan narkoba mencakup beberapa aspek. Dari aspek input, isi pesan yang digunakan dalam pesan pencegahan bahaya narkoba didapatkan terdapat tiga acara penyusunan pesan yakni *fear appeal*, *emotional appeal* dan *motivational appeal*. Penelitian ini menunjukkan bahwa BNN Papua lebih menonjolkan *motivational appeal* dalam pesan-pesan kampanye antinarkoba melalui Instagram. Strategi ini terbukti efektif karena berfokus pada peningkatan motivasi dan kesadaran positif, bukan ketakutan. Pesan yang dibuat ditargetkan untuk semua usia, walaupun lebih banyak gambar yang dilihat adalah remaja sebagai target dalam pesan pencegahan. Pesan yang ditujukan bagi remaja menegaskan peran media sosial sebagai instrumen komunikasi persuasif pemerintah yang relevan bagi audiens muda. Temuan ini dapat menjadi dasar untuk merancang strategi komunikasi digital yang lebih adaptif dan partisipatif di lembaga publik lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan untuk memperluas kajian komunikasi persuasi pada akun Instagram Badan Narkotika Nasional Provinsi Papua dengan melibatkan analisis multi-platform dan segmentasi audiens yang lebih spesifik. Pendekatan ini dapat mengungkap efektivitas pesan dalam menjangkau kelompok sasaran yang berbeda, seperti remaja, pelajar, atau komunitas lokal. Selain itu, penggunaan metode *mixed methods* yang memadukan analisis isi dengan survei penerimaan audiens akan memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai pengaruh strategi persuasi terhadap persepsi dan perilaku pencegahan narkoba di wilayah Papua.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. (2021). *Peran Akun Instagram@ kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan*. IAIN Ponorogo.
- Amin, Y., & Haswita, H. (2024). Upaya Peningkatan Pengetahuan dan Sikap Remaja Terkait Penyalahgunaan Narkoba Melalui Edukasi Berbasis Health Promotion Model. *Jurnal Pengabdian Kesehatan Masyarakat Mulawarman*, 2(2), 8–16.
- Anggraeni, N., Mamlukah, M., & Heriana, C. (2025). *Efektivitas penyuluhan bahaya NAPZA berbasis video dan poster terhadap pengetahuan dan sikap pada siswa*. 5(1), 32–40.

- ANGGRAINI, N. D. W. I. (2024). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BNN KOTA KEDIRI DALAM GERAKAN KAMPANYE ANTI NARKOBA*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI.
- Arifin, S. (2021). Pertanggungjawaban pidana terhadap anak sebagai kurir narkoba. *Justitia Jurnal Hukum*, 5(1).
- Arnold, J., Bailey, C. P., Evans, W. D., & Napolitano, M. A. (2022). Application of McGuire's Model to Weight Management Messages: Measuring Persuasion of Facebook Posts in the Healthy Body, Healthy U Trial for Young Adults Attending University in the United States. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(21). <https://doi.org/10.3390/ijerph192114275>
- Azah, S. M. (2023). Komunikasi Persuasif Instagram Fakhra Make Up Artist Menggunakan Analisis Image Frank Jefkins. *Skripsi: Universitas Semarang*.
- Birri, A. A. A., & Rahmah, S. (2025). Strategi Pengelolaan Media Sosial dalam Program Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN) Pada Akun Instagram Badan Narkotika Nasional Kabupaten (BNNK) Banyumas. *Jurnal Komunikasi Peradaban*, 3(1), 47–55.
- Cahyani, R. M., & Mutiah. (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 Commmercium*, 8(2), 181–191. <https://doi.org/10.26740/tc.v8i2.63021>
- Dewi, A. N. B. (2024). Viralnya Kampanye “All Eyes on Papua” Terindikasi FoMO. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 6411–6422.
- Fadhillah, F. K., Nurfalah, F., & Hermawan, A. J. (2025). The Role of Social Media in Campaigning the Danger of Drugs on TikTok Account@ infobnn_kabkuningan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 6(7).
- Fitriani, S. (2011). *Promosi Kesehatan* (pertama). Graha Ilmu.
- Ghanis Wahyurini, Herta Armianti Soemardjo, & Sumiati. (2023). Efektivitas Instagram @Bnn_Cegahnarkoba Sebagai Media Kampanye Pencegahan Narkoba. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 510–519. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.160>
- Habibi, M. L., & Mahbubah, P. S. G. F. (2024). Aanonimitas Visual Dan Penekanan Verbal: Tinjauan Semiotika Konten Instagram BNN Cegah Narkoba. *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 9(1), 23. <https://doi.org/10.25124/demandia.v9i1.5983>
- Harahap, D. (2020). Komunikasi Persuasif Dosen dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan. *Hikmah*, 14(1), 133–150.
- Herliani, A., Sucipta, J. A. W., Purwanti, S., & Hairunnisa. (2023). Penggunaan Instagram @Infobnn_kota_Samarinda dalam Mensosialisasikan Program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN) di Kota Samarinda. *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 7(4), 785–796. <https://doi.org/10.35870/jtik.v7i4.2101>
- Hikoyabi, I. (2023). Peran Deklarasi 1 Juta Jiwa Papua Lawan Narkoba oleh 73 anak SD YPK Kampung Yoboi Demi Masa Depan Generasi Emas. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(4), 341–347.
- Izaac, F. A., & Violita, F. (2024). *Analisis Faktor Kontributor Kepatuhan Pasien Napza Dalam Menjalani Proses Rehabilitasi Di Badan Narkotika Nasional Provinsi Papua*. 15, 47–67.
- Jaki, A. (2021). *Analisis Isi Pesan Pencegahan Narkoba di Instagram BNN Kalimantan Tengah*. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Lambang, S., Sarbini, Kamaluddin, M., Lusiana, W., Rahmawati, U., Ragil Ira, M., Swandana, I., & Indrawati, A. (2022). BAHAYA NARKOBA TERHADAP GENERASI MUDA. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Lestari, P. A. (2023). *Strategi kampanye pencegahan narkoba di kalangan pelajar melalui program BNN Goes to School*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- LUBIS, N. U. R. H. S. (2023). *Upaya Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Mencegah Penggunaan Narkoba Di MTs AL-WASHLIYAH Desa Pasar Miring Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara Tahun Ajaran 2021/2022*. Fakultas Agama Islam, Universitas Islam

Sumatera Utara.

- Machsunah, U., Risnawati, R., & Febriyanti, F. (2023). *Strategi Komunikasi*. 2(2), 117–126.
- Mahaputra, I. B. G. B., Dewi, A. A. S. L., & Suryani, L. P. (2022). Upaya Penanggulangan Tindak Pidana Penyalahgunaan Narkotika. *Jurnal Analogi Hukum*, 4(3), 311–315.
- Mintawati, H., & Budiman, D. (2021). Bahaya Narkoba Dan Strategi Penanggulangannya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Putra*, 1(2), 27–33. <https://doi.org/10.52005/abdiputra.v1i2.95>
- Nath, A., Choudhari, S. G., Dakhode, S. U., Rannaware, A., & Gaidhane, A. M. (2022). Substance Abuse Amongst Adolescents: An Issue of Public Health Significance. *Cureus*, 14(11), e31193. <https://doi.org/10.7759/cureus.31193>
- Niven, N. (1995). *Psikologi Kesehatan* (monica ester (ed.)).
- Noviana, P. (2024). Dampak Penyalahgunaan Narkotika Terhadap Kesehatan Mental Dan Fisik. *UAI Journal of Arts, Humanities and Socieal Science*, 1(53–57). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14542785>
- Octaviani, V., & Sari, S. (2024). Komunikasi Persuasif Melalui Video Bahaya Narkoba dan Rokok di SMK Negeri 5 Kecamatan Padang Ulak Tanding Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu. *Journal of Community Development*, 5(1), 57–66.
- Permata, D. H., Manika, E., Mahadi, M., Poerwaningtiyas, I., & Ayu, M. (2025). Komunikasi Persuasi melalui Media Sosial Instagram (Studi pada @ pandawaragroup) Persuasive Communication through Instagram Social Media (Study of @ pandawaragroup). *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(1), 1–13.
- Purnamasari, Y., Winarsunu, T., & Yuniardi, M. S. (2020). Fear appeals to reduce alcohol abuse in adolescents using group therapy. *International Journal of Indian Psychology*, 8(1).
- Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2020). Penggunaan message appeals dalam strategi pesan kampanye anti kekerasan berbasis gender online. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPNYK*, 18(3), 352–370.
- Sandi, K., & Trisakti, F. A. (2022). *Strategi Komunikasi Human Badan Narkotika*. 3(6), 318–328.
- Sri Iin Hartini, & Fitriyah Ingratubun. (2021). Analisis Yuridis Pengedaran Narkoba Jenis Ganja Yang Dilakukan Oleh Anak Di Kota Jayapura. *Jurnal Ius Publicum*, 3(3), 24–44. <https://doi.org/10.55551/jip.v3i3.21>
- Suryono, J., & Kusharsanto, A. P. (2024). Strategi Komunikasi Penyuluhan Badan Narkotika Nasional Kota Surakarta Terhadap Bahaya Narkoba Di Wilayah Surakarta. *Media and Empowerment Communication Journal*, 3(2), 36–58.
- Susilawati, N., Yanuar, D., & Rizki, M. (2023). Strategi komunikasi BNN dalam program remaja teman sebaya anti narkoba Gen Z di Kota Banda Aceh. *Al-Ijtimai: International Journal of Government and Social Science*, 8(2), 175–196.
- Syah, J. P., & Margaret, M. (2024). Strategi Pencegahan BNN RI pada Peredaran Sabu Lintas Wilayah Perairan Malaysia–Tanjung Balai Medan. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 883–892.
- Wahyudin, D., & Adiputra, C. P. (2019). Analisis literasi digital pada konten instagram@ infinitygenre. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 25–34.
- Wahyuni, S., Kuncoroyakti, Y. A., Ohorella, N. R., & Putu, N. L. (2024). The Influence of Using Instagram@ Infobnn_ri on Fulfilling BNN's Information Needs among Followers. *COMMUSTY Journal of Communication Studies and Society*, 3(2), 51–56.
- Yuliandrie, A., & Yuliati, Y. (2023). Strategi Badan Narkotika Nasional (BNN) Kota Bengkulu Dalam Mengkampanyekan Informasi P4GN Kepada Masyarakat Kota Bengkulu. *Communicator Sphere*, 3(1), 1–12.
- Zaidan, N., Alfaridzi, G. R., Aji, B. S., Akbar, M., Wirayuda, F., & Abdillah, R. (2025). PSIKOEDUKASI INTERVENSI SOSIAL PENCEGAHAN PENYALAHGUNAAN NARKOBA DIKALANGAN MAHASISWA. *Jurnal Psikologi Dan Bimbingan Konseling*, 10(1), 2.

