

# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

Komunikasi mempunyai fungsi utama dalam kehidupan manusia. Dalam sebuah proses komunikasi disebutkan bahwa terdapat lima unsur komunikasi agar dapat terjadi. Komponen tersebut yaitu komunikator (*communicator, source, sender*), pesan (*message*), media (*channel, media*), komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*), efek (*effect, impact, influence*). Proses dari komunikasi itu muncul dalam bentuk penyampaian pesan dari komunikator yang mampu mencapai tujuan dari substansi pesan, dan memberikan masukan atau tanggapan dengan tujuan agar pesan tersampaikan secara efektif dan menghasilkan komunikasi efektif (Mulyana, 2015).

Komunikasi Informasi Edukasi" (KIE) merupakan bagian dari komunikasi. KIE adalah pendekatan komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi edukatif atau pendidikan kepada audiens atau masyarakat tertentu. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan perilaku audiens terkait dengan suatu isu atau topik tertentu. Dalam konteks ini, KIE melibatkan proses penyampaian informasi dengan tujuan pendidikan atau peningkatan kesadaran. Aktivitas ini melibatkan berbagai bentuk komunikasi, seperti penyuluhan, kampanye, materi edukatif, dan sebagainya. Oleh karena itu, KIE dapat dianggap sebagai bagian dari domain yang lebih luas yaitu komunikasi, khususnya komunikasi yang bersifat edukatif.

Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE) Program Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) sendiri merupakan salah satu program prioritas nasional yang telah ditetapkan oleh Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) dan Badan Narkotika Nasional (BNN). Definisi Operasional KIE Program P4GN dapat diartikan sebagai rangkaian penyampaian pesan melalui saluran berbagai komunikasi, yang berisikan keterangan, gagasan maupun fakta yang perlu diketahui oleh masyarakat dalam kerangka proses perubahan dan penumbuhan karakter serta perilaku anti penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba.

Melalui KIE Program P4GN diharapkan akan dapat memberikan pemahaman yang jelas dan tegas kepada masyarakat mengenai berbagai dampak buruk penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba serta upaya pencegahan yang dapat diterapkan secara nyata. Kemudian satu hal lagi dari Program KIE P4GN adalah agar publik memiliki mentalitas untuk menolak penyalahgunaan narkoba dan tidak terlibat dalam perdagangan obat-obatan terlarang serta dapat menyusun dan membina kerangka penanggulangan dini terhadap penyalahgunaan maupun peredaran gelap narkoba di lingkungan masing-masing (BNN, 2017).

KIE dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti media cetak, media elektronik, media sosial, dan media lainnya. Media berperan penting dalam KIE Program P4GN ini. Media dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dan edukasi tentang bahaya penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba kepada masyarakat secara luas dan efektif.

Media membantu komunikator dalam menyampaikan data atau pesan, dan berdampak pada cara paling umum dalam menyampaikan informasi tersebut. Penentuan media merupakan bagaimana memilih cara yang tepat dalam menyampaikan informasi - informasi agar bisa sampai dengan jelas ke Publik. Media yang dipilih oleh komunikator dalam berkomunikasi akan mempengaruhi penerimaan makna pesan oleh publik. Hal demikian berarti suatu jenis media mampu menyampaikan informasi dan dapat dipahami oleh publik tertentu pula. Begitu pula sebaliknya, memilih beberapa jenis media yang tidak dapat diterima akan menjadi hambatan bagi komunikator dalam memahami pesan atau data yang disampaikan oleh komunikator (Effendy, 2005). Begitu juga halnya dengan informasi yang disampaikan khalayak umum tentang Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN).

Badan narkotika nasional (BNN) mencatat bahwa persoalan narkotika di Indonesia masih dalam kondisi yang memerlukan perhatian dan kewaspadaan tinggi secara terus menerus dari seluruh elemen bangsa Indonesia (Hairina & Komalasari, 2017). Penyalahgunaan narkoba menjadi isu dan ancaman global yang serius. Hal ini dibuktikan dengan kenaikan jumlah pengguna narkoba di seluruh dunia yang meningkat 22% sejak tahun 2010 – 2019 yaitu sebanyak 226 juta menjadi 275 juta orang. Faktor penyebab naiknya pengguna narkoba

tersebut dikarenakan adanya kenaikan jumlah penduduk di dunia akibat pertumbuhan populasi global yang meningkat 10% diantara penduduk kelompok umur 15 – 64 tahun (UNODC, 2021).

Di Indonesia, jumlah pengguna narkoba pada tahun 2019 sebanyak 2,40% atau setara dengan 4.534.744 penduduk berumur 15 – 64 tahun (BNN, 2020). Tingkat penggunaan obat yang paling tinggi terjadi pada kelompok usia 18 tahun – 25 tahun (UNODC, 2018), sedangkan penggunaan narkoba pertama kali adalah sekitar 17 – 19 tahun, yang merupakan rentang waktu perubahan dari masa pubertas ke masa dewasa awal. Di usia yang rentan ini, anak-anak mempunyai kecenderungan yang sangat besar untuk terlibat dengan penggunaan narkoba (BNN, 2020).

Dampak tinjauan kecanduan narkoba pada generasi muda di Amerika pada tahun 2019 sebesar 14,8% dengan jumlah remaja laki-laki 15,1% dan perempuan 14%, sedangkan tingkat penggunaan narkoba di kalangan pelajar Indonesia pada tahun 2018 sebesar 3,2% atau mencapai 2.297.492 orang dengan jumlah remaja laki-laki (4,8%) lebih banyak dibandingkan remaja perempuan (0,4%) (BNN, 2020).

Selanjutnya Prevalensi penyalahgunaan narkoba secara nasional tahun 2021 yaitu 2.4 % (pernah) dan 1,8 % (1 tahun terakhir). Prevalensi Provinsi Sumatera Barat yaitu 1.5 % (pernah) dan 1.1 % (1 tahun terakhir). Angka tersebut didominasi oleh usia produktif (24-49 tahun) (BNN, 2021). Sementara Pemahaman masyarakat tentang bahaya narkoba yang disampaikan melalui berbagai media 53.60 % (BNN, 2021), namun perlu ditinjau pemahaman ini apakah berkontribusi terhadap persepsi dan sikap masyarakat.

BNN RI dalam mencegah narkoba memiliki tiga langkah strategis yaitu melalui *soft power approach*, *smart power approach*, dan *hard power approach*. Dari ketiga langkah strategis tersebut yang tingkat presentasi paling tinggi yaitu strategi melalui *smart power approach* dengan menggunakan platform media sosial dalam mensosialisasikan dan melakukan Komunikasi Informasi dan Edukasi tentang bahaya narkoba. Di zaman 4.0 saat ini kecanggihan teknologi merupakan daya tarik yang sangat luar biasa bagi semua

orang dalam bertukar dan mengupdate informasi secara cepat, mudah dan terjangkau (Dewi, dkk, 2022).

*Smart power approach* merupakan penggunaan teknologi informasi di era digital dalam upaya penanggulangan narkoba. Kepala BNN mengungkapkan bahwa saat ini BNN memanfaatkan platform-platform baru dan juga melalui media sosial dalam melakukan sosialisasi bagi masyarakat dan platform-platform digital tersebut biasanya sangat disukai oleh anak muda, sesuai dengan segmentasi sasaran BNN (Dewi, dkk, 2022).

Pemanfaatan teknologi merupakan platform strategis dalam mensosialisasikan bahaya narkoba pada masyarakat. Hal ini juga yang menjadi salah satu tujuan utama BNN RI dalam mensosialisasikan bahaya narkoba melalui media social, seperti platform digital juga merupakan salah satu media yang sangat ramai di gunakan oleh berbagai kalangan remaja dan dewasa. (Sukoco, 2017).

Pemanfaatan media komunikasi digital *Public Relation* (PR) di era komunikasi digital merupakan hal kritis yang harus dalam sosialisasi. Oleh karena itu tugas Humas di Pemerintah menjadi sangat penting. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai komunikasi yang ada. Salah satu media yang saat ini digunakan oleh Humas Pemerintah adalah Digital PR. Dengan memanfaatkan Digital PR, diharapkan proses penyampaian pesan komunikasi dapat lebih cepat, tepat dan efektif kepada seluruh elemen masyarakat (Nurjanah & Nurnisya, 2016).

Digital *public relations* merupakan praktik baru di dunia kehumasan menggunakan internet sebagai media perantaranya dan memanfaatkan kekuatan digital (*digital force*) untuk menarik antusiasme publik. Salah satu tugas digital *Public Relation* adalah mengawasi media sosial. Kemampuan mengelola media merupakan sebuah keahlian yang seharusnya dimiliki oleh digital PR karena memerlukan imajinasi yang tinggi untuk menggabungkannya. Praktik kerja kehumasan di era industri 4.0 terus bertransformasi dan melakukan banyak adaptasi. PR di masa digital ini terus mengalami berbagai perubahan penting yang terus meningkatkan efisiensi pembiayaan, target pencapaian yang lebih besar, dan tingkat perakitan yang lebih tinggi. (Merianti dan Irwansyah, 2008).

Digital *Public Relation* dimulai dengan cara paling umum untuk mengubah pekerjaan dimulai dari biasa menjadi terkini yang sekaligus merupakan ujian lain bagi para praktisi, tentunya diperlukan strategi administrasi yang hebat agar siklus kerja dari tahap utama hingga akhir dapat berjalan dengan baik. PR ini dapat diterapkan dalam pengelolaan media sosial. banyak organisasi, pengelola keuangan, organisasi dan tokoh berlomba-lomba menghiasi medsos mereka. Karya ini dibuat untuk menarik perhatian secara terbuka, mengingat saat ini media sosial menjadi salah satu ruang yang sangat diminati masyarakat luas. Digital PR memanfaatkan kondisi tersebut untuk melancarkan tujuan-tujuan atau program kerja yang dimilikinya, sehingga perlu dilakukan sebuah pengelolaan untuk mensukseskan tujuan-tujuan tersebut. (Asih, dkk , 2020).

Salah satu medos yang banyak diminati orang adalah Instagram. Pemimpin Pengembangan Merek Instagram APAC Paul Webster mengungkapkan bahwa sejak diluncurkan pada tahun 2010, Instagram telah memiliki lebih dari 400 juta pemakai dari seluruh dunia. (Prihatiningsih, 2017:52).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andi Saputra tahun 2019 yang berjudul Survei Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa kota padang menggunakan teori Uses and gratifications ditemukan bahwa instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan setelah WhatsApp. Sebagian besar mahasiswa menggunakan WhatsApp, jumlahnya mencapai 95,96% responden. Selanjutnya 90,91% responden menggunakan Instagram, dan 73,74% responden menggunakan Youtube. Sedangkan pengguna Facebook sebanyak 36,36% responden dan Line sebanyak 57,58% responden. Kemudian disusul oleh pemakai Twitter, LinkedIn, Telegram dan Skype.

Ditemukan juga bahwa kebanyakan mahasiswa menggunakan medsos sebagai media komunikasi (86,87%). Kemudian diikuti mencari informasi (81,82%), interaksi sosial (56,57%), hiburan/relaksasi (55,56%), update status/penyampaian opini (22,22%), mengisi waktu luang (45,45%), dan bisnis online (13,13%) (Saputra, 2019)

Disamping itu instagram juga merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan oleh digital PR untuk membagikan konten-konten. Instagram juga banyak diminati oleh banyak kalangan (khususnya generasi muda) sehingga penyebaran pesan atau informasi yang dilakukan bisa lebih luas menyeluruh. Membagikan sebuah konten agar memiliki daya jual dan terlihat menarik tentu harus didukung dengan kreativitas tinggi dalam pengemasannya. Setiap strategi inovasi harus memiliki ciri khas, sehingga diperlukan manajemen inovasi tata kelola yang tepat guna dan tepat sasaran untuk dikembangkan di area tersebut. (Yesicha, dkk, 2020:20) Konten-konten yang diproduksi oleh digital PR harus disesuaikan juga dengan perkembangan zaman dan target sasaran yang dituju, misalkan jika target dan sasaran yang dituju adalah para generasi muda, maka instagram adalah salah satu platform yang cocok untuk penyebarluasan informasi.

Sementara, instagram yang dimiliki oleh BNN Provinsi Sumatera Barat @infobnn\_prov\_sumbar memiliki jumlah *followers* 13.900. Instagram ini dijadikan sebagai media unggulan bagi BNN Provinsi Sumatera Barat dalam menyampaikan informasi, pesan dan sosialisasi Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) disamping melakukan kegiatan secara konvensional. Hal ini dilakukan tak lain supaya terjadi pembentukan prilaku masyarakat yang aktif dalam upaya pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan serta peredaran gelap narkoba.

Hasil penelitian Ghanis Wahyurini, dkk tahun 2006 yang berjudul efektivitas instagram @bnn\_cegahnarkoba sebagai media kampanye pencegahan narkoba menemukan bahwa 88 % followers mengatakan bahwa instagram efektif sebagai media kampanye. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ryan Rizky Ramadhan & Mochammad Rochim tahun 2022 yang berjudul Hubungan Konten Instagram @infobnn\_ri dengan kesadaran followers mengenai bahaya narkoba. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan antara konten instagram @infobnn\_ri dengan kesadaran follower mengenai bahaya narkoba dalam kategori hubungan yang tinggi, artinya bahwa kesadaran pengikut akun instagram @infobnn\_ri dipengaruhi oleh konten yang diunggah oleh @infobnn\_ri.

Berbicara mengenai terbentuknya perilaku, menurut *Theory of Planned Behavior*, perilaku itu terbentuk dipengaruhi oleh tiga hal yaitu sikap, norma dan persepsi (Seni, Ni Nyoman Anggar dan Ratnadi, Ni Made Dwi, 2017). Begitu juga halnya terbentuknya perilaku menggunakan narkoba juga dipengaruhi oleh sikap, norma dan persepsi pengguna terhadap narkoba itu sendiri. Selanjutnya penelitian Fitriawardhani (2017) menyatakan bahwa penggunaan media sosial mampu meminimalisir perilaku menyimpang pada remaja. Hal inilah yang menjadi asumsi dari Instansi BNN Provinsi Sumatera Barat dalam melakukan KIE melalui media sosial terutama instagram.

Hal ini sejalan juga dengan hasil penelitian Lidia Aditama Putri tahun 2018 yaitu menyebutkan bahwa adanya hubungan Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) kontrasepsi dengan persepsi suami tentang kondom. (Putri, Lidia Aditama. 2018). Selain itu, temuan Andita Sari N dan Adila pada tahun 2018 mengungkapkan bahwa komunikasi melalui medsos, khususnya LINE yang dilakukan oleh organisasi dan yang dilakukan oleh klien, tidak serta merta mempengaruhi ekuitas merek, namun sikap merek jelas mempengaruhi ekuitas merek, komunikasi medsos yang dilakukan oleh organisasi dan yang dibuat oleh klien secara tegas mempengaruhi sikap merek, dan ekuitas merek serta sikap merek jelas mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pembelian. Hasil dari penelitian ini memiliki implikasi bagi perusahaan yang berinvestasi di media sosial (Nurmuslimah, Andita Sari dan Adila, 2018).

Disamping itu hasil penelitian Nina Kholisna, dkk pada tahun 2023 juga menyebutkan bahwa Pemberian Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) tentang kesehatan reproduksi dan pernikahan dini dengan media buku saku berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan remaja putri SMA N 1 Petungkriyono dan tidak ada pengaruh KIE dengan media buku saku terhadap peningkatan sikap remaja putri tentang kesehatan reproduksi dan pernikahan dini (Kholisa, Nina dkk, 2023). Berikutnya penelitian Endric Benedict dan Angga Ariestyta menyatakan bahwa penggunaan media sosial Instagram memengaruhi secara signifikan sikap berdonasi melalui *platform crowdfunding* seseorang (Benedict, Endric dan Angga Ariestyta, 2020).

Disamping itu hasil penelitian Dian Nurvita Sari, dkk tahun 2020 juga mengatakan bahwa media sosial Instagram bisa menjadi media informasi edukasi Parenting. Pemanfaatan medsos Instagram sebagai media edukasi khususnya mencari tahu tentang parenting oleh para pengikut akun Instagram @parentalk.id, menghasilkan respon kognitif afektif dan behavioral dalam mengakses, melihat dan mencari postingan akun Instagram. @parentalk.id. (Sari, Dian Nurvita & Basit. 2020).

Dari beberapa penelitian di atas, maka dapat digambarkan beberapa persamaan dan perbedaan. Persamaan penelitian ini dengan hasil penelitian sebelumnya adalah ada variabel yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu persepsi dan sikap. Sedangkan, perbedaan antara penelitian ini dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya adalah perbedaan variabel independen, pada penelitian ini variabel independennya adalah KIE menggunakan Instagram, selain itu jenis teori dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini juga berbeda.

Memang sudah ada penelitian dilakukan terkait Komunikasi Informasi Edukasi di media sosial. sayangnya penelitian terdahulu tidak menjelaskan secara mendalam terkait hubungan Komunikasi Informasi Edukasi dengan persepsi dan sikap. Padahal dengan mempelajari secara mendalam terkait hubungan Komunikasi Informasi Edukasi dengan persepsi dan sikap dapat memberikan manfaat yang sangat besar diantaranya dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat, meningkatkan penerimaan masyarakat serta mendorong masyarakat untuk mengambil tindakan. KIE yang efektif dapat membantu masyarakat untuk memahami dan menyadari pentingnya suatu hal. Hal ini dapat meningkatkan persepsi masyarakat terhadap hal tersebut, yang pada akhirnya dapat mengubah sikap dan perilaku mereka masyarakat.

Inilah yang menjadi ruang kosong dari penelitian terdahulu yang akan diisi pada penelitian ini yang selanjutnya dijadikan sebagai *novelty* yaitu KIE yang dilakukan melalui media sosial instagram terkait Program P4GN dengan pengaruhnya terhadap persepsi dan sikap remaja. Hal ini belum ada tertuang pada pembahasan penelitian terdahulu di atas. Selain itu teori yang digunakan dalam



penelitian ini sangat berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu teori *uses and effect*.

Hipotesis ini merupakan kombinasi pendekatan *uses and gratifications* serta hipotesis umum mengenai dampak. Aspek yang paling signifikan dari cara berpikir dalam teori ini adalah gagasan “penggunaan”. karena memahami dan mengantisipasi hasil dari suatu proses komunikasi massa akan dimungkinkan dengan memiliki pengetahuan tentang penggunaan media dan penyebabnya. Pemanfaatan komunikasi yang luas dapat menimbulkan berbagai implikasi, hal ini dapat berarti keterbukaan yang menyinggung demonstrasi penglihatan. Dalam situasi yang berbeda, pemahaman ini bisa menjadi proses yang lebih membingungkan, di mana zat tertentu dikonsumsi dalam keadaan tertentu, untuk memenuhi kemampuan tertentu dan asumsi spesifik terkait yang harus dipenuhi. Titik fokus hipotesis ini semakin condong ke arah signifikansi selanjutnya. (Bungin, 2006).

Kebutuhan individu menentukan kegunaan media dalam model *uses and gratification*. Menurut teori ini, permasalahan utama terletak pada bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak, bukan pada bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak. Akibatnya, khalayak adalah orang yang aktif menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu. (Soehoet, 2002). Sementara itu, hipotesis *uses and effect* menyatakan bahwa kebutuhan bukanlah elemen utama yang menyebabkan penggunaan media. Karakteristik individu, ekspektasi dan persepsi media, serta akses media semuanya berperan dalam menentukan apakah seseorang terlibat dalam konsumsi media massa atau tidak. (Sendjaja, 2014).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan ada 3 model yang membedakan hasil penggunaan media (Soehoet, 2002) yaitu *effect* (efek) adalah hasil yang ditentukan isi media, *consequence* (konsekuensi) adalah hasil yang diperoleh akibat penggunaan dan bukannya isi media dan *consequence* (konsekuensi) adalah hasil yang diperoleh akibat penggunaan media dan isi media itu sendiri.

Teori ini menekankan pada berbagai dampak penggunaan media terhadap individu. Penggunaan media yang ditunjukkan oleh intensitasnya mempunyai dampak yang sama dengan isi media, dan jika terjadi bersamaan antara isi media

dan penggunaan media (intensitas penggunaan media), maka akan mempunyai dampak yang sama dengan isi media, sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya.

SMA 4 Padang merupakan salah satu lembaga pendidikan menengah di Kota Padang. SMA ini memiliki tantangan sendiri dalam menghadapi permasalahan penyalahgunaan narkoba di kalangan siswa. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana remaja di SMA 4 Padang mempersepsikan dan merespons program pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba.

SMA 4 Padang merupakan sekolah yang sudah mendapatkan program sekolah “Bersinar” atau bersih narkoba. Program Sekolah Bersih Narkoba, atau yang dikenal dengan Sekolah Bersinar merupakan sebuah inisiatif penting untuk menciptakan lingkungan belajar yang aman dan bebas dari bahaya narkoba. Diluncurkan oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) dan bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek), program ini bertujuan untuk melindungi generasi muda dari jeratan narkoba dan membangun masa depan bangsa yang lebih cerah.

Tujuan utama program Sekolah Bersinar adalah untuk mencegah penyalahgunaan narkoba di kalangan pelajar, memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang bahaya narkoba kepada pelajar, membangun ketahanan diri pelajar terhadap penyalahgunaan narkoba, lebih jauh lagi, membangun iklim sekolah yang bermanfaat untuk belajar dan mengajar.

Program ini diimplementasikan melalui berbagai kegiatan, seperti penyuluhan dan sosialisasi tentang bahaya narkoba kepada pelajar, pelatihan kader anti narkoba di kalangan pelajar, pembentukan Satgas Anti Narkoba di sekolah, pengembangan program P4GN (Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba) di sekolah, pengawasan dan monitoring terhadap peredaran narkoba di lingkungan sekolah.

Beberapa tahun terakhir, media sosial khususnya Instagram telah menjadi platform komunikasi utama bagi remaja. Instagram dipandang sebagai medsos yang menarik karena medsos ini berpusat pada foto dan rekaman jangka pendek, peningkatan gambar, dan koneksi timbal balik dibandingkan dengan medsos

lainnya yang berpusat pada tweet. Survei pada 2017 menunjukkan bahwa instagram adalah platform media social terpopuler kedua, dengan 59% pengguna online usia 18-29 tahun menggunakan instagram (Sakti &Yulianto, 2018:2).

Instagram memungkinkan remaja untuk berbagi informasi, pandangan, dan pengalaman mereka. Namun, dengan berkembangnya penggunaan Instagram, konten-konten yang berpotensi memengaruhi persepsi dan sikap remaja tentang narkoba juga semakin merajalela. Oleh karena itu, perlu untuk mengkaji bagaimana Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) melalui Instagram mempengaruhi cara remaja memandang program-program pencegahan dan pemberantasan narkoba.

Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) melalui Instagram terhadap persepsi dan sikap remaja tentang program pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan narkoba di SMA 4 Padang diharapkan akan muncul wawasan yang berharga bagi pihak-pihak yang terlibat dalam upaya melawan penyalahgunaan narkoba. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan landasan untuk pengembangan program-program pencegahan yang lebih efektif dan sesuai dengan realitas remaja masa kini.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti berupaya melakukan penelitian mengenai pengaruh Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) menggunakan *instagram* terhadap persepsi dan sikap remaja tentang Program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) di SMA 4 Padang.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Instagram dianggap sebagai media sosial yang menarik karena media social ini fokus pada foto dan video durasi pendek, peningkatan citra dan hubungan timbal balik dibandingkan dengan media sosial lain yang berfokus pada kicauan. Survei pada 2017 menunjukkan bahwa *instagram* adalah *platform* media sosial terpopuler kedua, dengan 59% pengguna online usia 18-29 tahun menggunakan instagram (Sakti &Yulianto, 2018:2).

Sementara, intagram yang dimiliki oleh BNN Provinsi Sumatera Barat @infobnn\_prov\_sumbar dengan jumlah *followers* 16.600. *Instagram* ini dijadikan sebagai media unggulan bagi BNN Provinsi Sumatera Barat dalam menyampaikan informasi, pesan dan sosialisasi Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) disamping melakukan kegiatan secara konvensional. Hal ini dilakukan tak lain supaya terjadi pembentukan perilaku masyarakat yang aktif dalam upaya pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan serta peredaran gelap narkoba.

Selanjutnya menurut *Theory of Planned Behavior*, perilaku itu terbentuk dipengaruhi oleh tiga hal yaitu sikap, norma dan persepsi. Sementara itu, mengingat teori *uses and effect*, dikemukakan bahwa gagasan “penggunaan” (*uses*) adalah inti dari penalaran ini, karena memahami dan mengantisipasi hasil dari suatu proses komunikasi massa akan dimungkinkan dengan memiliki pengetahuan tentang penggunaan media dan penyebabnya. Pemanfaatan komunikasi yang luas dapat menimbulkan berbagai implikasi, hal ini dapat berarti keterbukaan yang menyinggung demonstrasi penglihatan. Pemahaman ini bisa menjadi proses yang lebih rumit dalam konteks lain, di mana konten tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu untuk memenuhi fungsi tertentu dan harapan tertentu. (Bungin, 2006).

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: “Apakah terdapat pengaruh Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) menggunakan instagram terhadap persepsi dan sikap remaja tentang Program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) (studi pada Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) Program P4GN BNNP Sumatera Barat melalui instagram @infobnn\_prov\_sumbar di SMAN 4 Padang)”?.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) menggunakan instagram terhadap persepsi remaja tentang Program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN)

2. Mengetahui pengaruh Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) menggunakan instagram terhadap sikap remaja tentang Program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN).
3. Mengetahui pengaruh Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) menggunakan instagram terhadap persepsi dan sikap remaja tentang Program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN).

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Sebagai bahan kajian dalam Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai hal-hal yang berpengaruh dalam kajian media, sekaligus dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya kajian mengenai pengaruh media sosial *instagram*.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat membantu BNN Provinsi Sumatera Barat dalam mengevaluasi kegiatan Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) Program P4GN yang telah dilakukan menggunakan *instagram*. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengukuran kinerja yang sudah terlaksana selama ini. Selain itu dengan mengetahui pengaruh Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) yang sudah dilakukan, BNN Provinsi Sumatera Barat dapat terbantu dalam peningkatan kualitas perancangan pesan dan informasi yang disampaikan dalam Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) berikutnya.