



Peran Bahasa dalam Membentuk Sikap Remaja terhadap Bahaya Narkoba di Postingan Instagram

Rifanda Yuzamri¹, Roma Kyo Kae Saniro², Muthiara Najmy³,
Xaviera Vervy Trenggiani⁴, Elilatul Bariza⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Andalas, Indonesia

e-mail: romakyokae@hum.unand.ac.id

Article Info

Article history:

Received December 26, 2025

Revised January 04, 2026

Accepted January 05, 2026

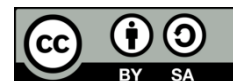
Keywords:

Language, Content Analysis,
Instagram Posts, Teens, Drug
Dangers.

ABSTRACT

Language has an important role in conveying messages and shaping people's attitudes, especially adolescents, towards various social phenomena, including the dangers of drugs. Instagram social media is one of the strategic means in disseminating information because of its high level of use among teenagers. This study aims to analyze the role of language in shaping adolescents' attitudes towards the dangers of drugs through Instagram posts. The focus of the research includes the use of word choice, language style, and persuasive message forms used in uploads related to the dangers of drugs. This study uses a qualitative descriptive method with data collection techniques in the form of documentation of a number of Instagram posts that contain campaigns or appeals about the dangers of drugs. Data analysis was carried out by examining linguistic elements and message meaning based on language theory as a persuasive communication tool. The results of the study show that the use of simple, firm, and emotive language in Instagram posts can increase adolescents' understanding and awareness of the dangers of drugs and encourage attitudes of rejection of drug abuse. Thus, language in social media has a significant role in shaping adolescent attitudes and can be used optimally as a means of education and drug prevention.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Article Info

Article history:

Received December 26, 2025

Revised January 04, 2026

Accepted January 05, 2026

Keywords:

Bahasa, Analisis Isi, Postingan
Instagram, Remaja, Bahaya
Narkoba.

ABSTRACT

Bahasa memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dan membentuk sikap masyarakat, khususnya remaja, terhadap berbagai fenomena sosial, termasuk bahaya narkoba. Media sosial Instagram menjadi salah satu sarana strategis dalam penyebaran informasi karena tingkat penggunaannya yang tinggi di kalangan remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran bahasa dalam membentuk sikap remaja terhadap bahaya narkoba melalui postingan Instagram. Fokus penelitian meliputi penggunaan pilihan kata, gaya bahasa, dan bentuk pesan persuasif yang digunakan dalam unggahan terkait bahaya narkoba. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi terhadap sejumlah postingan Instagram yang memuat kampanye atau imbauan mengenai bahaya narkoba. Analisis data dilakukan dengan mengkaji unsur kebahasaan dan makna pesan berdasarkan teori bahasa sebagai alat komunikasi persuasif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang sederhana, tegas, dan emotif dalam postingan Instagram mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran remaja terhadap bahaya narkoba serta mendorong sikap penolakan terhadap penyalahgunaan narkoba.



Dengan demikian, bahasa dalam media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk sikap remaja dan dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana edukasi dan pencegahan narkoba.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Roma Kyo Kae Saniro
Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Andalas, Indonesia
Email: romakyokae@hum.unand.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dan penyebaran informasi di kalangan remaja. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di Indonesia, tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi dan penyampaian pesan sosial. Tingginya intensitas penggunaan Instagram oleh remaja menjadikan platform ini strategis untuk menyampaikan berbagai kampanye publik, termasuk kampanye pencegahan penyalahgunaan narkoba yang ditujukan kepada generasi muda.

Penyalahgunaan narkoba masih menjadi permasalahan serius di Indonesia, khususnya di kalangan remaja yang berada pada fase pencarian jati diri dan rentan terhadap pengaruh lingkungan. Berbagai pihak, seperti pemerintah, Badan Narkotika Nasional (BNN), lembaga swadaya masyarakat, dan komunitas sosial, memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan pesan anti-narkoba melalui unggahan berupa teks, gambar, infografis, dan video singkat. Namun, efektivitas pesan tersebut tidak hanya ditentukan oleh aspek visual atau frekuensi unggahan, melainkan juga oleh penggunaan bahasa yang tepat, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik remaja sebagai sasaran utama kampanye.

Permasalahan muncul ketika bahasa yang digunakan dalam postingan Instagram anti-narkoba tidak selalu dipahami secara utuh oleh remaja. Bahasa yang terlalu formal, teknis, atau simbolik berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, sementara penggunaan bahasa yang terlalu santai atau mengikuti tren tanpa pertimbangan konteks dapat mengaburkan makna pesan. Akibatnya, pesan persuasif yang bertujuan membentuk sikap penolakan terhadap narkoba tidak tersampaikan secara optimal. Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa memegang peran penting dalam membentuk pemahaman, sikap, dan persepsi remaja terhadap bahaya narkoba.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji kampanye anti-narkoba di media sosial. Sudrajat, Triantanto, dan Syahri (2023) menemukan bahwa penggunaan simbol visual dan bahasa lugas dalam kampanye Instagram mampu menarik perhatian remaja, meskipun pemaknaan pesan masih beragam. Pradita (2025) menekankan pentingnya strategi komunikasi dan pemilihan bahasa komunikatif dalam meningkatkan keterlibatan remaja, namun belum mengkaji secara mendalam pemahaman remaja terhadap pesan bahasa. Wahyuddin et al. (2024) serta Fitriani dan Rachman (2022) juga menegaskan bahwa bahasa yang sederhana dan ringan lebih mudah diterima oleh remaja. Meski demikian, penelitian-penelitian tersebut cenderung berfokus pada efektivitas kampanye atau strategi penyampaian pesan, bukan pada proses pemahaman dan pemaknaan bahasa oleh remaja sebagai audiens.



Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menempatkan diri dalam konteks kajian kebahasaan dan komunikasi sosial dengan fokus pada analisis isi pesan bahasa dalam postingan Instagram bertema anti-narkoba serta bagaimana pesan tersebut dipahami oleh remaja. Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah (research gap) dalam kajian sebelumnya yang belum secara khusus menelaah peran bahasa dalam membentuk sikap remaja melalui proses pemaknaan pesan di media sosial.

Masalah utama yang menjadi fokus penelitian ini adalah bagaimana peran bahasa dalam postingan Instagram membentuk sikap remaja terhadap bahaya narkoba. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penggunaan bahasa dalam konten Instagram anti-narkoba dan memahami pengaruhnya terhadap sikap remaja sebagai penerima pesan.

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian linguistik sosial dan komunikasi persuasif, khususnya dalam konteks media sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pembuat konten dan perancang kampanye publik agar lebih memperhatikan aspek kebahasaan dalam menyampaikan pesan anti-narkoba kepada remaja.

Penelitian ini menggunakan landasan teori bahasa sebagai alat komunikasi persuasif dan teori komunikasi sosial, yang memandang bahasa tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentuk sikap, persepsi, dan perilaku sosial. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana bahasa dalam media sosial berperan strategis dalam upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif yang bertujuan untuk mendalami aspek kebahasaan dan pemaknaan pesan secara mendalam. Fokus utama penelitian adalah menganalisis bagaimana bahasa dan gaya komunikasi dalam kampanye anti-narkoba di Instagram dipahami oleh remaja, sehingga penelitian ini memadukan analisis linguistik dengan kajian persepsi audiens. Sifat deskriptif dipilih untuk memberikan gambaran sistematis mengenai bentuk penggunaan bahasa serta tingkat pemahaman audiens terhadap pesan moral dan edukatif yang disampaikan.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah remaja dalam kelompok usia 16 hingga 24 tahun yang merupakan pengguna aktif Instagram di Indonesia. Sementara itu, sumber data sekunder berasal dari postingan Instagram bertema anti-narkoba yang diunggah oleh lembaga resmi seperti Badan Narkotika Nasional (BNN), lembaga swadaya masyarakat, atau komunitas kreatif. Data yang dikumpulkan meliputi data lingual berupa pilihan kata (diksi), gaya bahasa, dan narasi dalam postingan, serta data persepsi yang mencakup hasil interpretasi dan tanggapan remaja terhadap pesan tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi terhadap berbagai postingan kampanye untuk mengidentifikasi bentuk gaya bahasa yang digunakan. Selain itu, digunakan pula teknik kuesioner terbuka dan wawancara untuk menggali pemahaman remaja secara lebih subjektif. Instrumen penelitian yang digunakan mencakup panduan analisis konten untuk mengelompokkan gaya bahasa (seperti bahasa formal, teknis, atau istilah populer) serta pedoman wawancara yang dirancang untuk mengukur pemahaman literal maupun makna persuasif dari pesan tersebut.



Prosedur pengumpulan data diawali dengan mengidentifikasi akun-akun Instagram yang aktif menyebarkan konten anti-narkoba, dilanjutkan dengan pemilihan sampel postingan yang mewakili berbagai gaya komunikasi. Setelah itu, dilakukan pengambilan respon dari audiens remaja untuk melihat bagaimana faktor linguistik dan sosial memengaruhi penafsiran mereka. Terakhir, metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data melalui analisis wacana, serta penarikan kesimpulan untuk mengevaluasi efektivitas bahasa yang digunakan dalam membentuk persepsi audiens.

HASIL

Bahasa memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan kampanye sosial, khususnya kampanye anti-narkoba di media sosial Instagram. Poster kampanye tidak hanya berfungsi sebagai media visual, tetapi juga sebagai sarana penyampaian pesan persuasif yang dirancang untuk membentuk sikap dan kesadaran masyarakat, terutama remaja. Oleh karena itu, analisis terhadap unsur kebahasaan dalam poster menjadi penting untuk menilai bagaimana pesan anti-narkoba dikonstruksi dan disampaikan kepada audiens.

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif terhadap poster-poster kampanye anti-narkoba yang diunggah pada akun Instagram lembaga resmi dan komunitas sosial, ditemukan bahwa penggunaan diksi persuasif mendominasi keseluruhan data. Kata dan frasa yang menekankan bahaya narkoba, dampak kesehatan, serta ancaman terhadap masa depan muncul secara berulang. Diksi tersebut berfungsi untuk menimbulkan rasa waspada sekaligus mendorong audiens agar menjauhi narkoba. Selain itu, kata-kata yang bernuansa ajakan positif, seperti hidup sehat, berani menolak, dan pilih masa depan, juga cukup sering digunakan untuk memperkuat pesan moral.

Dari segi struktur kalimat, mayoritas poster menggunakan kalimat imperatif dan deklaratif singkat. Kalimat imperatif digunakan sebagai bentuk ajakan langsung, misalnya untuk menolak narkoba atau menjaga kesehatan diri, sementara kalimat deklaratif berfungsi menyampaikan informasi mengenai dampak dan risiko penyalahgunaan narkoba. Penggunaan kalimat yang singkat dan padat menunjukkan penyesuaian terhadap karakteristik Instagram sebagai media visual yang menuntut pesan mudah dibaca dan cepat dipahami.

Analisis gaya bahasa menunjukkan bahwa sebagian besar poster menghindari penggunaan bahasa yang kompleks dan teknis. Bahasa yang digunakan cenderung lugas dan komunikatif, sehingga pesan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Meskipun demikian, dalam beberapa poster ditemukan penggunaan istilah populer dan slogan yang bersifat emosional. Strategi ini digunakan untuk menarik perhatian pengguna Instagram dan memperkuat daya ingat terhadap pesan yang disampaikan.

Selain itu, hasil analisis juga menunjukkan bahwa penggunaan bahasa baku lebih dominan dibandingkan bahasa tidak baku. Hal ini mencerminkan upaya penyelenggara kampanye untuk menjaga kredibilitas dan kesan resmi dalam penyampaian pesan. Namun, penggunaan bahasa baku tersebut sering dipadukan dengan gaya penyampaian yang santai dan visual yang menarik agar tetap sesuai dengan karakter media sosial.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa poster kampanye anti-narkoba di Instagram telah menerapkan strategi kebahasaan yang cukup efektif. Pemilihan diksi persuasif, penggunaan kalimat singkat dan langsung, serta penyesuaian gaya bahasa dengan media Instagram menjadi faktor utama dalam penyampaian pesan anti-narkoba.

PEMBAHASAN



Deskripsi: "semisintetis" yang harusnya ditulis "semi sintetis" Faktor kemudahan, Faktor keluarga " F" harusnya huruf kecil karena setelah koma bukan titik.



Deskripsi: Judul harusnya kapital atau "n" saja yang kapital "18 okt 2023" harusnya diberi spasi terlebih dahulu. Kesalahan huruf pertama pada setiap dampak dan kerugian karena tidak menggunakan huruf kapital.



Gambar 3. Poster 3 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: "Jangan pertaruhkan kebahagiaan hidupmu dengan narkoba" 'dengan' harusnya diganti dengan 'demi'



Gambar 4. Poster 4 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: -harusnya bagian "Ibarat Monster, NARKOBA adalah MONSTER yang selalu..." diganti jadi "Ibarat monster, narkoba adalah monster yang selalu..." tidak ada huruf besar setelah koma dan setelah kata adalah disemua kalimat kata narkoba tidak seharusnya huruf besar.



Deskripsi: Pada bagian isi setelah kata awal tidak seharusnya ada huruf Kapital.





Deskripsi: “Seumur Hidup Menyesal.” kurang tepat secara struktur kalimat.
Perbaikan: “Sekali mencoba narkoba, menyesal seumur hidup.”



Gambar8. Poster 8 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: bagian "mulai dari rumah mari kita cegah bersama!" seharusnya ditambahkan koma "mulai dari rumah, mari kita cegah bersama!"



Gambar 9. Poster 9 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi:“ilmiah,sintetis,maupun semi sintetis" harusnya ada spasi setelah koma seperti "ilmiah, sintetis, maupun semi sintetis penurunan kesadaran,halusinasi,serta daya rangsang" setelah koma harusnya ada spasi seperti "penurunan kesadaran, halusinasi, serta daya rangsang"



Gambar 10. Poster 10 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: “Demi Raih Masa Depan Gemilang”. Secara kaidah bahasa Indonesia, frasa tersebut kurang tepat karena setelah kata demi seharusnya menggunakan bentuk “meraih”, bukan “raih”. Perbaikan: “Demi Meraih Masa Depan Gemilang”.



Gambar 11. Poster 11 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: “pengedar bisa seumur hidup!” kurang lengkap. Tertulis: Hukuman bagi pengguna & pengedar bisa seumur hidup! Harusnya: bisa dikenakan pidana seumur hidup penjara. Kalimat masih menggantung tidak termasuk salah ejaan, tapi salah struktur kalimat.



Gambar 12. Poster 12 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: "Miliki hobby dan aktivitas positif" kata yang benar adalah hobi.



Gambar 13. Poster 13 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: "Tingkatkan kesadaran akan bahaya narkoba" seharusnya diberi tanda baca yang konsisten. Tidak salah secara ejaan, tetapi konsistensi penulisan points perlu diperbaiki: Gunakan kapital di awal setiap poin dan Tambahkan titik di setiap akhir poin atau hilangkan semuanya agar seragam.



Gambar 14. Poster 14 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: Menumpulkan kesadaran” terdengar kurang tepat. Dalam bagian Narkotika tertulis: “zat yang bisa menumpulkan kesadaran” Secara umum istilah yang lazim adalah: “menurunkan atau menghilangkan kesadaran”. “Menumpulkan” tidak salah secara tata bahasa, tetapi kurang sesuai dengan istilah kesehatan/narkotika



Gambar 15. Poster 15 Kampanye Anti-Narkotika

Deskripsi: BNN mengungkapkan data mengkhawatirkan bahwa 312.000 remaja (usia 15-25 tahun) di Indonesia telah terpapar narkotika, bagian dari total 3,33 juta jiwa yang menyalahgunakan narkotika secara nasional. Seharusnya memakai "yang merupakan bagian dari..."



Gambar 16. Poster 16 Kampanye Anti-Narkotika

Deskripsi: "NARKOBA MEMBUNUH MU" Kesalahan penulisan kata ganti. Seharusnya ditulis serangkaian. Perbaikan: "Narkotika Membunuhmu"



Gambar 17. Poster 17 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: “Rajin Cek Kesehatan” Secara tata bahasa kurang baku. Perbaikan: “Rutin Cek Kesehatan” atau “Rajin Memeriksa Kesehatan”.



Gambar 18. Poster 18 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: Kesalahan Ejaan/Kata tidak baku GENERASI MUDA Harus tau. Perbaikan: GENERASI MUDA Harus tahu Keterangan: Kata "tau" adalah bentuk tidak baku atau percakapan. Bentuk baku yang benar adalah "tahu".



Gambar 19. Poster 19 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: GANGGUAN FUNGSI OTAK: Tambahkan koma sebelum "karena". BINGUNG DAN HILANG INGATAN: Ganti "Bingung" menjadi "Kebingungan" untuk konsistensi. Rohypnol: Kapitalisasi menjadi "Rohypnol" (nama dagang).



Gambar 20. Poster 20 Kampanye Anti-Narkoba

Deskripsi: Kesalahan terletak pada kata: "konsekuensi negatif". Perbaikan : Secara bahasa, kata "konsekuensi" (atau konsekwensi) dalam Bahasa Indonesia sudah memiliki makna sebagai akibat atau dampak dari suatu perbuatan. Dalam konteks pemakaian obat-obatan terlarang atau yang disalahgunakan, konsekuensinya selalu bermakna buruk atau negatif.



KESIMPULAN

Bahasa dalam postingan Instagram bukan sekadar penyampaian informasi, melainkan alat pembentuk persepsi. Penggunaan bahasa yang kaku (birokratis) cenderung diabaikan. Bahasa yang efektif digunakan adalah bahasa yang menggunakan gaya informal, slang, dan gaya bahasa "anak muda" yang membuat pesan anti-narkoba terasa seperti saran dari teman, bukan teguran dari otoritas.

Di Instagram, "bahasa" juga mencakup infografis dan video pendek (Reels). Visual yang menarik mampu menyederhanakan konsep medis atau hukum yang rumit menjadi pesan yang mudah dicerna. Bahasa yang menekankan pada kisah nyata (storytelling) dan pendekatan kesehatan mental lebih efektif daripada bahasa yang hanya berisi ancaman hukuman. Ini membantu remaja melihat penyalahgunaan narkoba sebagai masalah kesehatan yang serius, bukan sekadar pelarian yang keren. Mereka mengartikan pesan berdasarkan pengalaman sehari-hari.

Jika bahasa yang digunakan mencerminkan masalah yang mereka hadapi (stres sekolah, pertemanan), mereka lebih mudah menerima maksudnya. Remaja tidak menangkap pesan secara harfiah saja, tetapi melalui rasa kepemilikan terhadap konten tersebut. Jika bahasa yang digunakan terasa "asing" atau terlalu menggurui, mereka akan mengalami cognitive dissonance (penolakan karena merasa tidak nyambung). Namun, jika bahasa tersebut menyentuh sisi emosional dan tren mereka, sikap waspada terhadap narkoba akan terbentuk SECARA ALAMI.

DAFTAR PUSTAKA

- Adim, A. K., & Ismail, O. A. (2020). Komunikasi Terapeutik Dalam Konseling Antara Konselor dan Pasien Penyalahgunaan Narkobadi Klinik Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat. *Journal of Strategic Communication*, 11(1), 39–45.
- Adriyan, & Ramli, R. (2020). Analisis Semiotika Sampul Depan Majalah Tempo Edisi 9 – 15 Maret 2020. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(02), 59–70.
- Amin, M. M. (2015). *Memahami Bahaya Narkoba dan Alternatif Penyembuhannya* (1st ed.). Media Akademi.
- 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.
- Amrullah, A. A., Nuh, M. S., & Agis, A. (2021). Penyalahgunaan Narkotika Oleh Remaja Ditinjau dari Aspek Kriminologis. *Journal of Lex Generalis (JLS)*, 2(2), 892–893.
- A. Muri Yusuf. 2017. *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- 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 narkotika. *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).



- Bachtiar, Anggraeni, R. D., Susanto, Soewita, S., Santoso, B., Raya, L. D., Sipayung, M., Chrisputranto, M. R., Rossi, R., & Sutopo, H. (2022). Bahaya Narkoba dan Strategi Pencegahannya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 377–384.
- 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.
- Bisri, A. K. (2020). Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure pada Iklan Rokok Class Mild (act now) Tahun 2013 di Youtube. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 1(2), 40–52.
- Busyro, M., & Siregar, S. (2018). Peranan Badan Narkotika Nasional (BNN) Dalam Menegakkan Hukum Terhadap Pelaku Tindak Pidana Narkotika (Studi di Badan Narkotika Nasional Kabupaten Tapanuli Selatan). *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 5(1), 5–13.
- 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 Commecium*, 8(2), 181–191.
- Fadillah, N., & Sounvada, S. N. (2020). Analisis Semiotika Iklan Wardah Cerita “Kita Tak Sendiri” Episode 4. *Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 2(03), 201–214.
- Fahmi, I., Fatimah, & Mustopa. (2020). Persepsi Siswa/i SMK Terhadap Iklan Layanan Masyarakat “Narkoba” Trans7 di SMK 58 Jakarta. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 12(01), 18–25.
- Fitriana, J. M. (2019). Bina Suasana Sebagai Upaya Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba Di SMA Sederajat Kota Surabaya. *Jurnal Ikesma*, 15(1), 9–15.
- Fitriana, N., Ismail, & Ifroh, R. H. (2020). Efektivitas ILM (Iklan Layanan Masyarakat) Terhadap Tingkat Pengatahuan, Sikap, dan Motivasi Tentang Bahaya Napza pada Siswa SMPN 12 Balikpapan. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Mulawarman*, 2(1), 32–43.
- Fransina Alfonsina Izaac, Lisda Oktavia Madu Pamangin, Fajrin Violita, Vyona Mantayborbir, Katarina Lodia Tuturop
Komunikasi Persuasif Melalui Pesan Akun Instagram Badan Narkotika Nasional Provinsi Papua.
- Lira Anindita Utami. Demandia : *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*
- Nadra Alfiat. Analisis Implementasi Manajemen Kampanye dalam Kampanye Anti Narkoba pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Seksi Pencegahan Tahun 2017.
- Sari, N. I., & Septiani, E. (2024). The Use of Language in Anti-Bullying Campaigns on Social Media. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner*.