

ABSTRAK

EFEKTIFITAS INSTAGRAM @BNN_CEGAHNARKOBA SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PENCEGAHAN NARKOBA

Oleh:

Dwi Damayanti
2016210005

(xv + 5 bab + 80 hal + 6 lampiran + 2 gbr + 40 tabel + 32 bibl)

Pencegahan narkoba agar efektif menggunakan berbagai media antara lain instagram, karena instagram saat ini sedang banyak diminati oleh berbagai kalangan. BNN yang merupakan badan yang berkewajiban melakukan pencegahan narkoba menggunakan instagram dengan nama @bnn_cegahnarkoba. Yang menjadi permasalahan bagaimana efektifitas sebagai media kampanye. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapat *followers* terhadap isi pesan instagram @bnn_cegahnarkoba serta mengetahui efektifitas instagram @bnn_cegahnarkoba sebagai media kampanye pencegahan narkoba.

Teori yang digunakan adalah teori tentang efektifitas dan teori AIDA yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, dimana pada intinya teori ini mengemukakan bahwa suatu informasi ataupun pesan-pesan yang harus mendapatkan perhatian, menjadi ketertarikan, menjadi minat hingga seseorang dapat mengambil tindakan, dalam teori ini juga menyampaikan akan kualitas dari pesan yang baik dari mendapat perhatian hingga tahap adanya tindakan dari seseorang setelah pesan itu disampaikan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode dekriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang menjadi objek penelitian adalah *followers* instagram @bnn_cegahnarkoba sebanyak 11.500 orang, dengan penarikan sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data dilakukan melalui tahap pengolahan data yaitu data yang diperoleh dilapangan dimasukkan kedalam *coding book*, kemudian diberi nilai dan dimasukkan kedalam *coding sheet*, selanjutnya didistribusikan dalam bentuk tabel tunggal kemudian dianalisis dan selanjutnya ditarik kesimpulan secara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 88% *followers* mengatakan bahwa instagram efektif (45%) + sangat efektif (43%) sebagai media kampanye. Saran peneliti perlu mempertahankan dan meningkatkan media instagram sebagai media kampanye dengan lebih memperhatikan bahasa yang lebih milenial sesuai dengan sasaran kampanye, dimana kalangan instagram saat ini banyak diminati oleh pelajar dan mahasiswa.

Kata Kunci: *Efektifitas Instagram, Media Kampanye, Pencegahan Narkoba.*