

ABSTRAK

Efektifitas Akun Instagram @Infobnn_Ri sebagai Media Informasi tentang Bahaya Narkotika

Muhamad Idrus

2015210049

(xiv + 5 bab + 106 hal + 29 Tabel + 3 Gbr + 8 lampiran + 38 bibl (2002 - 2017))

Badan Narkotika Nasional merupakan salah satu lembaga yang memanfaatkan media sosial instagram sebagai media informasi. Melalui akun *instagram* @infobnn_ri, BNN memberikan informasi mengenai kegiatan dalam membangun kesadaran anti narkoba di Indonesia. Kini, @infobnn_ri memiliki sekitar 118.000 *followers* dan 3.581 unggahan (per tanggal 30 Oktober 2019). Setiap unggahan mendapat sekitar 150 – 4000 *likes*. Namun, apakah bentuk-bentuk informasi yang selama ini dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional melalui instagramnya, efektif atau tidak efektif sebagai media informasi tentang bahaya narkotika.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas akun instagram @infobnn_ri sebagai media informasi tentang bahaya narkotika. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model komunikasi Lasswel. Metode yang digunakan adalah Metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para *followers* di akun instagram @infobnn_ri per bulan juni 2020 yaitu sebanyak 118.000 *followers*. Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik sampel yang peneliti pilih adalah teknik *sampling purposive*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Menyederhanakan dalam bentuk *coding book and coding sheet*, hal ini dilakukan untuk mempermudah pembuatan tabel tunggal; dengan melihat perolehan angka-angka yang menunjukkan frekuensi penyebaran data. Kemudian menghasilkan jawaban-jawaban dari masalah-masalah penelitian ini yang pada akhirnya dapat ditarik suatu kesimpulan oleh penulis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari total seluruh responden atau *followers* akun instagram BNN RI menganggap akun instagram @infobnn_ri sebagai media informasi tentang bahaya narkotika sudah cukup efektif. Penilaian *followers* akun instagram BNN RI tersebut meliputi indikator *Audience Coverage*, *Audience Response*, dan *Communication Impact*.

Kata kunci : efektifitas, media informasi.

