

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL BNN SURABAYA DI TIKTOK DALAM MEMBENTUK PERSEPSI REMAJA TERHADAP PENYALAHGUNAAN NARKOBA

Oleh:

Lukman Aditya Maulana¹

Ariza Qurrata A'yun²

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Alamat: Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur (60237)

Korespondensi Penulis: lukmanadityamaulana@gmail.com, arizaqurrata@uinsa.ac.id.

Abstract. This study examines the role of social media particularly TikTok in shaping adolescents' perceptions of the dangers of drug abuse, with a focus on the TikTok account managed by BNN Kota Surabaya. Utilizing a systematic literature review complemented by interview data from three adolescent informants, this research analyzes how digital communication strategies influence youth awareness and attitudes toward drug-related risks. The findings show that adolescents' perceptions are shaped by multiple factors, including peer influence, psychological conditions, family involvement, and the nature of social media content consumed. TikTok serves as both an alternative information source and an agenda-setting medium, where creative short videos, testimonials, and participatory campaigns effectively disseminate anti-drug messages. The study reveals that BNN Surabaya's TikTok content is generally well received, although adolescents express expectations for higher visual quality, consistent storytelling, and more interactive formats. The results affirm the relevance of Agenda-Setting Theory, demonstrating that sustained exposure to anti-drug content on TikTok elevates the perceived importance of drug-related issues among adolescents. Overall, TikTok represents a strategic platform for public communication efforts aimed at preventing drug abuse among youth.

Received November 23, 2025; Revised November 03, 2025; December 18, 2025

*Corresponding author: lukmanadityamaulana@gmail.com

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL BNN SURABAYA DI TIKTOK DALAM MEMBENTUK PERSEPSI REMAJA TERHADAP PENYALAHGUNAAN NARKOBA

Keywords: *Social Media, TikTok, Adolescent Perception, Drug Abuse Prevention, Digital Communication.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji peran media sosial khususnya TikTok dalam membentuk persepsi remaja mengenai bahaya penyalahgunaan narkoba, dengan fokus pada akun TikTok yang dikelola oleh BNN Kota Surabaya. Dengan menggunakan metode *systematic literature review* yang dilengkapi dengan data wawancara dari tiga informan remaja, penelitian ini menganalisis bagaimana strategi komunikasi digital memengaruhi kesadaran dan sikap remaja terhadap risiko terkait narkoba. Temuan penelitian menunjukkan bahwa persepsi remaja dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengaruh teman sebaya, kondisi psikologis, keterlibatan keluarga, serta karakteristik konten media sosial yang mereka konsumsi. TikTok berfungsi sebagai sumber informasi alternatif sekaligus media *agenda-setting*, di mana video pendek kreatif, testimoni, dan kampanye partisipatif secara efektif menyebarkan pesan anti-narkoba. Studi ini menemukan bahwa konten TikTok BNN Surabaya umumnya diterima dengan baik, meskipun remaja mengharapkan kualitas visual yang lebih baik, alur cerita yang lebih konsisten, serta format yang lebih interaktif. Hasil penelitian ini menegaskan relevansi Teori *Agenda Setting*, yang menunjukkan bahwa paparan berkelanjutan terhadap konten anti-narkoba di TikTok meningkatkan persepsi remaja mengenai pentingnya isu terkait narkoba. Secara keseluruhan, TikTok merupakan platform strategis untuk upaya komunikasi publik dalam mencegah penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja.

Kata Kunci: Media Sosial, TikTok, Persepsi Remaja, Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba, Komunikasi Digital.

LATAR BELAKANG

Masa remaja merupakan salah satu fase dalam kehidupan manusia dalam fase ini terjadi perubahan-perubahan pada diri seorang manusia baik fisik, Psikologis maupun kehidupan sosial. Dalam fase peralihan yang demikian, seorang individu akan bersikap seperti orang dewasa, akan tetapi jiwanya belum matang perkembangannya dan masih membutuhkan waktu lebih untuk mematangkan. Menurut WHO (*World Health Organization*) remaja adalah seseorang yang berusia 10-24 tahun, sedangkan menurut

BKKBN (Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana) seseorang dikatakan sebagai remaja ketika berusia 10-24 tahun dan belum menikah.(BKKBN 2022) Pada masa remaja biasanya akan muncul kecenderungan perilaku yang menyimpang. Sejalan dengan pendapat Hall yang memiliki pandangan “*Storm and Stress*” yang menyatakan bahwa masa remaja merupakan masa yang bergejolak berisikan konflik dan perubahan suasana hati. Kondisi ini menimbulkan bermacam-macam perilaku negatif dan menyimpang dari norma serta aturan dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya lingkungan yang kurang kondusif. Salah satu permasalahan dalam fase remaja saat ini adalah penyalahgunaan narkotika dan obat-obatan berbahaya (narkoba).

Penyalahgunaan narkoba merupakan masalah serius dan memprihatinkan di Indonesia. Penyalahgunaan narkoba sudah meluas sedemikian rupa sehingga merambah berbagai jenis kelamin, umur dan strata sosial. Narkoba mulai menjangkit dari mulai kalangan anak-anak, pemudi atau remaja (Mustafa et al. 2020)

Menurut data BNN pada tahun 2023, terdapat 2,3 juta remaja di Indonesia menjadi penyalahgunaan narkoba. Melihat data di atas pemahaman tentang bahaya narkoba perlu ditanamkan sedini mungkin. Pengenalan bahaya narkoba pada remaja sangat perlu dilakukan agar generasi muda yang akan datang tidak dirusak oleh narkoba. Upaya pencegahan dapat dilakukan dengan hal yang bersandingan dekat dengan kehidupan anak muda, misalnya upaya pencegahan narkoba melalui media sosial.

Perkembangan media sosial dalam beberapa dekade terakhir telah memiliki dampak besar terhadap cara kita berinteraksi sosial. Perkembangan internet dan media sosial memudahkan kita mendapatkan informasi secara instan dan global tanpa ada halangan yang berarti. Dalam kalangan remaja penggunaan internet dan media sosial terus berkembang. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi, hiburan, serta wadah untuk mengekspresikan diri.(Harisman, Oruh, and Agustang 2024) Melalui layar ponsel, remaja terpapar beragam pesan, termasuk tentang gaya hidup, kesehatan mental, dan bahaya narkoba.

Namun, media sosial juga dapat menjadi saluran penyebaran informasi yang bertentangan dengan semangat anti narkoba. Beberapa konten yang menampilkan gaya hidup bebas dapat mempengaruhi remaja yang masih dalam tahap pencarian jati diri.(Egi Regita, Nabilah Luthfiyyah, and Nur Riswandy Marsuki 2024) Tetapi di sisi lain, Melalui berbagai kampanye yang dikemas secara kreatif, seperti video pendek, infografis, hingga

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL BNN SURABAYA DI TIKTOK DALAM MEMBENTUK PERSEPSI REMAJA TERHADAP PENYALAHGUNAAN NARKOBA

cerita inspiratif para mantan pengguna, media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam menanamkan sikap kritis dan kesadaran akan bahaya narkoba. Pemerintah, komunitas, maupun individu seringkali memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan positif. Dengan pengaruh media sosial yang sangat luas, penting untuk memahami bagaimana platform digital ini dapat membentuk persepsi remaja.(Ni'amulloh Ash Shidiqie, Nouval Fitra Akbar, and Andhita Risko Faristiana 2023)

Penggunaan media sosial di kalangan remaja Indonesia sangat tinggi dan terus meningkat dari tahun ke tahun. Data statistik dari WeAreSocial tahun 2024 menunjukkan 64,8% dari total remaja di Indonesia adalah pengguna media sosial, mengindikasikan bahwa mayoritas remaja Indonesia aktif menggunakan berbagai platform media sosial, termasuk Tiktok. Sebanyak 73,5% pengguna media sosial di Indonesia aktif menggunakan media sosial Tiktok. Secara umum, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari remaja Indonesia, memengaruhi cara mereka berkomunikasi, berinteraksi, memperoleh informasi, dan membentuk identitas diri.

Salah satu platform media sosial yang sangat populer di kalangan remaja adalah TikTok. Aplikasi berbagi video pendek ini memungkinkan penggunanya untuk membuat, mengedit, dan membagikan konten kreatif dengan berbagai efek visual dan suara yang menarik. TikTok menjadi sarana hiburan yang mudah diakses dan menyebar cepat, serta memiliki dampak besar terhadap pola pikir dan perilaku remaja.

Namun, di balik popularitasnya, TikTok juga menjadi tempat di mana beragam informasi, baik yang positif maupun negatif, beredar dengan cepat. Salah satu isu penting yang menjadi perhatian adalah bagaimana media sosial, termasuk TikTok, dapat memengaruhi persepsi remaja terhadap berbagai masalah sosial, termasuk bahaya narkoba. Berbagai konten yang muncul di platform ini, baik yang bersifat edukatif maupun yang glamorisasi penyalahgunaan narkoba, dapat mempengaruhi cara pandang remaja terhadap penggunaan narkoba.

Seiring dengan banyaknya tren dan tantangan viral yang muncul di TikTok, beberapa di antaranya berhubungan dengan gaya hidup yang tidak sehat, yang mencakup konsumsi narkoba sebagai bagian dari gaya hidup yang dianggap "keren".(Wang 2024) Di sisi lain, TikTok juga berfungsi sebagai sarana untuk menyebarluaskan kampanye kesadaran akan bahaya narkoba. (Nawi *et al.*, 2021) Begitu juga BNN Kota Surabaya

memiliki media sosial TikTok yang berisi konten edukasi mengenai bahaya penggunaan dan peredaran narkoba.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini dapat dianalisis menggunakan teori agenda setting yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw. Teori ini menyatakan bahwa media memiliki kekuatan untuk menentukan isu apa yang dianggap penting oleh audiens.(Ritonga 2018) Media secara tidak langsung memengaruhi apa yang dipikirkan oleh audiens. Media memilih isu-isu tertentu untuk diberitakan secara intensif, sehingga publik menganggap isu tersebut penting. Dengan kata lain, media menetapkan agenda publik melalui intensitas pemberitaan dan penekanan terhadap isu tertentu.

Media sosial, khususnya TikTok, dalam kajian ini berfungsi sebagai agen penetapan ganda. Akun TikTok BNN Kota Surabaya secara konsisten menyampaikan pesan-pesan edukatif terkait bahaya narkoba, melalui berbagai bentuk seperti video pendek, testimoni, serta kolaborasi dengan figure publik dan influencer. Seperti Dengan memproduksi dan menyebarkan konten tentang bahaya narkoba di TikTok, BNN Kota Surabaya secara tidak langsung membentuk agenda dalam benak remaja bahwa narkoba adalah isu penting. Konten seperti sketsa "Rama Dhani" dan tantangan tes urine oleh influencer memberi prioritas pada bahaya narkoba dalam ruang kesadaran remaja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian literatur review untuk mengkaji peran media sosial terhadap persepsi remaja tentang bahaya narkoba. Dengan menggunakan metode ini, penulis dapat menganalisis dan mensintesis hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah artikel-artikel penelitian yang dipublikasikan dalam jurnal ilmiah nasional dan internasional yang relevan dengan topik penelitian.

Penulis melakukan pencarian literatur dengan menggunakan kata kunci yang relevan, seperti "media sosial", "persepsi remaja", "bahaya narkoba", dan "TikTok". Artikel-artikel yang dipilih kemudian dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema yang muncul dalam penelitian sebelumnya. Hasil

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL BNN SURABAYA DI TIKTOK DALAM MEMBENTUK PERSEPSI REMAJA TERHADAP PENYALAHGUNAAN NARKOBA

analisis kemudian disintesis untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang peran media sosial terhadap persepsi remaja tentang bahaya narkoba.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa dalam konten TikTok yang diproduksi oleh BNN Kota Surabaya, terdapat fenomena komunikasi digital yang digunakan secara strategis untuk membentuk persepsi remaja tentang bahaya narkoba. Secara keseluruhan, penelitian ini mengidentifikasi berbagai bentuk strategi komunikasi, seperti penggunaan storytelling, testimoni, humor, tren TikTok, serta kampanye partisipatif yang secara konsisten muncul dalam unggahan akun @sahabatbnnksby. Dari hasil analisis dan wawancara dengan tiga informan remaja, ditemukan bahwa terdapat pola yang menunjukkan efektivitas konten dalam meningkatkan pemahaman remaja mengenai bahaya narkoba, meskipun kualitas visual dan konsistensi produksi masih menjadi catatan. Fenomena ini hadir dalam konteks komunikasi informal, bersifat persuasif-ekudatif, dan menunjukkan bagaimana institusi pemerintah beradaptasi dengan gaya komunikasi generasi muda di media sosial. Berikut dibahas temuan utama dari penelitian ini

Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi Remaja

Persepsi remaja terhadap narkoba melalui media sosial dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- Pengaruh teman sebaya dan lingkungan sosial

Remaja cenderung terpengaruh oleh apa yang dilihat dan didengar dari teman-teman serta komunitasnya di media sosial. Jika lingkungan sosialnya menolak narkoba, maka persepsinya juga akan negatif, dan sebaliknya. (Fidiyansyah *et al.*, 2023)

- Konten yang dikonsumsi

Konten positif yang edukatif dapat memperkuat persepsi negatif terhadap narkoba, sementara konten negatif atau vulgar dapat melemahkan persepsi tersebut. Informasi yang disampaikan oleh sumber terpercaya seperti lembaga kesehatan, pemerintah, atau tokoh yang dihormati lebih efektif membentuk persepsi positif. Sebaliknya, konten yang tidak jelas sumbernya atau mengandung hoaks dapat membingungkan remaja. (Husada, and Audina 2019)

- Kondisi psikologis dan sosial remaja

Faktor seperti stres akademik, tekanan sosial, dan kebutuhan untuk diterima dapat mempengaruhi bagaimana remaja menanggapi pesan anti narkoba di media sosial. Remaja yang mengalami tekanan emosional, stres, atau rasa tidak percaya diri mungkin lebih rentan terhadap pengaruh negatif media sosial dan memiliki persepsi yang lebih permisif terhadap narkoba. (Atikah Elnisa Fikri 2025)

d. Peran keluarga dan Pendidikan

Dukungan dan pengawasan dari keluarga serta pendidikan formal juga berperan dalam membentuk persepsi remaja. Keluarga yang aktif memberikan edukasi dan pengawasan terhadap penggunaan media sosial dapat membantu remaja memilah informasi dan membentuk persepsi yang sehat. Pendidikan formal yang memasukkan materi bahaya narkoba juga memperkuat pemahaman remaja. (ANGGRAINI 2023)

Media Sosial sebagai Sumber Informasi tentang Narkoba

TikTok sebagai platform media sosial yang sangat populer di kalangan remaja menyediakan beragam konten video pendek yang dapat menyampaikan informasi secara cepat dan menarik. Dalam konteks edukasi anti narkoba, TikTok dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan-pesan pencegahan narkoba melalui video yang kreatif dan mudah diakses oleh generasi milenial. Konten edukasi ini biasanya memuat informasi tentang zat berbahaya dalam narkoba, efek negatif konsumsi narkoba, dan dampak sosial yang ditimbulkan, disajikan dengan fitur musik, filter, dan teks yang menarik agar pesan tersampaikan secara efektif dan mengena. (Gumelar et al. 2025) Oleh karena itu, TikTok berperan sebagai sumber informasi alternatif yang relevan dan mudah diterima oleh remaja.

TikTok memungkinkan penyebaran pesan anti narkoba secara cepat dan luas melalui konten kreatif seperti:

a. Video Edukasi Singkat

Misalnya, penjelasan tentang jenis-jenis narkoba, efek samping, dan dampak jangka Panjang yang disampaikan dalam durasi 15-60 detik. Penelitian di SMAN 1 Bluluk menunjukkan bahwa edukasi melalui short movie animasi di TikTok efektif meningkatkan pengetahuan remaja tentang bahaya narkoba secara signifikan. (Gumelar et al. 2025)

b. Testimoni dan Cerita Nyata

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL BNN SURABAYA DI TIKTOK DALAM MEMBENTUK PERSEPSI REMAJA TERHADAP PENYALAHGUNAAN NARKOBA

Pengguna atau influencer yang pernah mengalami dampak buruk narkoba membagikan kisah mereka, memberikan efek emosional yang kuat. sehingga pesan anti narkoba lebih mudah diterima oleh remaja.(Anon n.d.)

c. Kampanye dan *Challenge*

Hashtag challenge yang mengajak remaja untuk ikut serta dalam kampanye anti narkoba, meningkatkan partisipasi dan kesadaran. Media sosial memungkinkan audiens tidak hanya menerima informasi, tapi juga berinteraksi dan berbagi pengalaman.(Anon n.d.)

Keunggulan TikTok adalah kemampuannya menggabungkan visual, audio, dan teks sehingga pesan lebih mudah dipahami dan diingat. Namun, karena sifatnya yang viral, informasi yang disebarluaskan tidak selalu akurat, sehingga peran moderator dan sumber terpercaya sangat penting.

Pengaruh Media Sosial terhadap Persepsi Bahaya Narkoba

Penggunaan media sosial seperti TikTok dapat memengaruhi persepsi remaja terhadap bahaya narkoba secara signifikan. Media sosial dapat membentuk persepsi remaja tentang narkoba melalui dua cara utama:

a. Penguatan Persepsi Negatif

Konten yang edukatif dan inspiratif dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman remaja tentang risiko narkoba, sehingga mendorong sikap anti narkoba. Konten yang menampilkan bahaya narkoba, seperti dampak kesehatan, masalah hukum, dan kerusakan sosial, dapat meningkatkan kesadaran dan ketakutan remaja terhadap narkoba. Video yang mengandung pesan moral dan edukasi sering kali mendorong remaja untuk menjauhi narkoba. (Tolhah 2019)

b. Distorsi Persepsi

Paparan konten negatif atau tidak tepat juga dapat menimbulkan persepsi yang keliru atau bahkan mengurangi rasa takut terhadap narkoba, misalnya jika konten tersebut menampilkan gaya hidup yang glamor terkait narkoba atau mengabaikan dampak buruknya. (Arsyad 2020)

Pengaruh ini sangat bergantung pada jenis dan kualitas konten yang dikonsumsi oleh remaja serta intensitas penggunaan media sosial tersebut.

TikTok BNN Kota Surabaya sebagai media Edukasi Bahaya Narkoba

BNN Kota Surabaya secara aktif menggunakan aset media sosial yakni TikTok untuk memaksimalkan kegiatan penyampaian pesan (P4GN) Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika. Akun resmi media sosial tiktok BNN Kota Surabaya dapat ditemukan dengan *username* @sahabatbnnksby. Akun tiktok BNN Kota Surabaya berisi berbagai konten video yang menarik menasarkan berbagai kalangan audiens mulai remaja hingga dewasa. Akun @sahabatbnnksby hingga pertengahan tahun 2025 ini memiliki sebanyak 9.209 *followers* dan total *like* sebanyak 153,9 ribu *like*.

Konten video yang disajikan oleh BNN Kota Surabaya di TikTok dibungkus dengan pendekatan yang kreatif dan ringan, tanpa mengesampingkan pesan penting tentang narkoba di dalamnya. Beberapa jenis konten yang sering diunggah meliputi:

- a. Video edukasi tentang pengenalan jenis-jenis narkoba dan dampaknya terhadap kesehatan.
 - b. Cerita atau testimoni dari mantan pengguna narkoba yang telah meninggalkan dunia gelapnya.
 - c. Penyampaian pesan (P4GN) Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika.
 - d. Konten kolaboratif, yang melibatkan tokoh muda, pelajar, atau bahkan konten kreator lokal untuk memperluas jangkauan pesan.

Dari tampilan visual dan gaya komunikasi yang disampaikan, akun TikTok BNN Surabaya berusaha menyesuaikan diri dengan selera remaja masa kini. Akun tiktok BNN Kota Surabaya sering menggunakan *backsound* yang sedang viral di TikTok, menggunakan desain *thumbnail* yang menarik serta seringkali menambahkan unsur humor ringan agar lebih mudah diterima. Penyampaian pesan tidak bersifat menggurui, tetapi lebih ke arah mengajak dan berdialog secara santai.

Strategi ini menunjukkan bahwa BNN Kota Surabaya menyadari pentingnya menggunakan bahasa media yang akrab bagi remaja, terutama dalam konteks platform yang sangat dinamis dan cepat seperti TikTok. Dalam berbagai unggahan, BNN juga menyematkan informasi tambahan seperti hotline layanan rehabilitasi, akun media sosial resmi lain, serta tautan untuk konsultasi.

Dengan pendekatan yang menarik dan konten yang rutin diperbarui, akun TikTok ini dapat dilihat sebagai bentuk inovasi komunikasi publik yang efektif. BNN tidak hanya

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL BNN SURABAYA DI TIKTOK DALAM MEMBENTUK PERSEPSI REMAJA TERHADAP PENYALAHGUNAAN NARKOBA

sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan komunikasi dua arah dengan remaja sebagai audiens utama mereka.

Tanggapan Remaja terhadap Video TikTok BNN Kota Surabaya

Dalam kajian ini penulis melakukan wawancara kepada 3 remaja yang menjadi informan yang ditanyai tentang tanggapan mereka tentang video tiktok BNN Kota Surabaya. Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan remaja dapat diketahui bahwa konten TikTok BNN Kota Surabaya secara umum diterima dengan cukup baik, meskipun terdapat beberapa catatan kritis dan saran perbaikan dari audiens antara lain:

1. Gaya penyampaian konten

Pada umumnya ketiga informan menilai bahwa gaya penyampaian pesan dalam konten tiktok BNN Kota Surabaya tidak kaku dan cukup mengikuti tren yang sedang dilakukan oleh remaja. Informan 1 menjelaskan bahwa penggunaan tren tiktok dalam video menjadikan konten tersebut lebih cair tidak kaku seperti “penyuluhan formal yang membosankan”. Sementara itu, informan 3 menambahkan bahwa gaya penyampaiannya memang menargetkan Gen Z sebagai sasaran utama, meskipun kadang terkesan sedikit membosankan untuk mereka. Namun demikian, informan 2 merasa bahwa gaya penyampaian konten secara umum masih biasa saja dan belum menemukan sisi yang dapat membedakan dari penyuluhan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pendekatannya sudah lebih kekinian, penyampaian yang kurang konsisten masih menjadi tantangan.

2. Efektivitas penyampaian pesan

Terkait pemahaman tentang bahaya narkoba, dua dari ketiga informan mengatakan bahwa video tiktok BNN Kota Surabaya membantu meningkatkan pemahaman mereka tentang narkoba. Informan 1 secara khusus menyebut konten sketsa “Rama Dhani episode 2” yang menyampaikan pesan bahaya narkoba secara simbolik dan kuat. Sementara itu, informan 3 menilai bahwa penyampaian secara naratif dan sederhana membuat pesan terasa lebih mudah untuk dipahami. Namun informan 2 menyatakan bahwa konten BNN Kota Surabaya tidak memberikan informasi baru karena kebanyakan isi video tersebut sudah umum atau sudah sering ia ketahui sebelumnya. Jadi, bagi dia, kontennya kurang bermanfaat atau tidak menambah pemahaman baru. Ini menunjukkan bahwa persepsi efektivitas pesan dipengaruhi oleh latar belakang atau ekspektasi audiens, terutama dalam hal kedalaman informasi.

3. Konten yang diingat dan menarik

Konten yang paling diingat oleh informan 1 adalah sketsa "Rama Dhani" karena memiliki alur cerita dan pesan moral yang kuat. Informan 3 menyatakan bahwa konten tantangan tes urine oleh influenser bernama Fang Feng Fong sebagai salah satu konten yang menonjol karena bentuk partisipatifnya. Dari hal ini, dapat dilihat bahwa konten yang mengandung elemen *storytelling* dan partisipatif cenderung lebih mudah diingat oleh remaja. Hal ini sesuai dengan karakteristik audiens tiktok yaitu Gen Z yang menyukai narasi visual yang ringkas, lucu dan mengandung interaksi.

4. Saran dan kritik terhadap konten

Dari berbagai masukan yang dinyatakan oleh ketiga informan. Informan 1 menyarankan penambahan konten *storytelling* yang emosional seperti kisah nyata mantan pengguna narkoba, serta peningkatan aspek *visual* dan diikuti narasi yang edukatif. Informan 2 lebih menyoroti masalah teknis seperti *editing* dan Teknik potong gambar yang kurang rapi, serta menyarankan adanya unsur komedi agar pesan yang disampaikan lebih menarik dan mudah diterima oleh audiens. Informan ketiga mengkritik aspek konsistensi kualitas produksi konten, terutama pada gambar yang kadang blur dan pengambilan video yang kurang menarik.

Dari keseluruhan tanggapan ini, dapat disimpulkan bahwa remaja sebagai audiens memiliki ekspektasi yang cukup tinggi terhadap kualitas dan kreativitas konten, termasuk dari institusi seperti BNN. Mereka menghargai upaya BNN untuk masuk ke ruang digital remaja, namun tetap berharap agar kualitas visual, alur narasi, dan keterlibatan audiens bisa terus ditingkatkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa remaja punya standar tersendiri terhadap konten di media sosial, dan lembaga formal seperti BNN pun harus menyesuaikan diri dengan standar itu jika ingin efektif menjangkau mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Media sosial TikTok yang dikelola oleh BNN Kota Surabaya terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan persepsi remaja mengenai bahaya narkoba. Melalui konten-konten edukatif yang dikemas secara menarik dan mengikuti tren anak muda, seperti video pendek, testimoni, sketsa, dan kampanye partisipatif, akun tersebut mampu menyampaikan pesan tentang bahaya narkoba secara efektif dan membentuk kesadaran remaja akan pentingnya menjauhi narkoba. Hal ini menunjukkan bahwa

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL BNN SURABAYA DI TIKTOK DALAM MEMBENTUK PERSEPSI REMAJA TERHADAP PENYALAHGUNAAN NARKOBA

TikTok berperan sebagai agen agenda setting yang menempatkan isu narkoba dalam ruang perhatian remaja. Hasil wawancara dengan tiga informan remaja menunjukkan bahwa mereka mengenali dan mengingat konten dari akun TikTok BNN, serta merasa bahwa konten tersebut bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman mereka tentang dampak negatif narkoba. Dengan demikian, strategi komunikasi yang digunakan BNN Kota Surabaya melalui media sosial tidak hanya berhasil menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk opini dan sikap remaja terhadap isu penyalahgunaan narkoba.

DAFTAR REFERENSI

- ANGGRAINI, NADIA PUTRI. 2023. “DAMPAK ADIKSI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA REMAJA DI DAERAH MRANGGEN.” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG.
- Anon. n.d. “Kampanye Anti Narkoba Yang Beda Di Era Digital.” *BLOG ANTI NARKOBA*.
- Arsyad, Ikhsan Fuady. 2020. “Pengaruh Sikap, Norma Sosial, Persepsi Perilaku Terhadap Intensi Penggunaan Narkoba Di Kalangan Remaja.” *AL MA'ARIEF : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya* 1(2):118–24. doi: 10.35905/almarief.v1i2.1088.
- Atikah Elnisa Fikri, Purwanti. 2025. “PENGARUH NARKOBA PADA REMAJA DI INDONESIA.” 6(7).
- BKKBN. 2022. “Ketahanan Keluarga Berbasis Kelompok Kegiatan (Poktan).”
- Egi Regita, Nabilah Luthfiyyah, and Nur Riswandy Marsuki. 2024. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri Dan Pembentukan Identitas Remaja Di Indonesia.” *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum* 2(1):46–52. doi: 10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.830.
- Fidiyansyah, Amir, Rizka Octaviana, and Wulan Asriani. 2023. “Peran Media Sosial Tiktok Dalam Mempengaruhi Perilaku Sosial Remaja Di Era Digital.” 1(2):9–15.
- Gumelar, Wahyu Retno, Heny Ekawati, Nurul Fadhila, and Universitas Muhammadiyah Lamongan. 2025. “Pengaruh Edukasi Media Short Movie Animasi Pada Tiktok Terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Tentang Bahaya Narkolema (Narkoba Lewat Mata) Di SMAN 1 Bluluk.” 9:4345–52.
- Harisman, Shermina Oruh, and Andi Agustang. 2024. “Pengaruh Media Sosial Pada Remaja.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8(1):7221–26.

- Kesehatan, Jurnal Ilmiah, Sandi Husada, and Mia Audina. 2019. “LITERATURE REVIEW Penggunaan Media Sosial Terhadap Penyalahgunaan Obat Terlarang Pada Remaja Use of Social Media Against Drug Abuse in Adolescents.” *Jiksh* 10(2):103–8. doi: 10.35816/jiskh.v10i2.123.
- Mustafa, Isvi Rahmatul, Muhammad Bastomi Abdillah, Novi Rani Winata, Riki Pratama, Rosi Isnanda, Teguh Dias Arestu Putra, and Wahyu Djoko Sulistyo. 2020. “Edukasi Gerakan Siswa Anti Narkoba” (Geswana) Era Desrupsi 4.0 Di Smp Wahid Hasyim Malang.” *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(2):189–97. doi: 10.31849/dinamisia.v3i2.3214.
- Ni’amulloh Ash Shidiqie, Nouval Fitra Akbar, and Andhita Risko Faristiana. 2023. “Perubahan Sosial Dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram Dalam Membentuk Identitas Diri Remaja.” *Simpatisi* 1(3):98–112. doi: 10.59024/simpatisi.v1i3.225.
- Ritonga, Elfi Yanti. 2018. “Teori Agenda Setting Dalam Ilmu Komunikasi.” *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4(1):32. doi: 10.31289/simbollika.v4i1.1460.
- Tolhah, M. 2019. “Pengaruh Tayangan Video Kriminal Narkoba Di Media Sosial Terhadap Perilaku Siswa SMPN 5 Tapung.”
- Wang, Caiyan. 2024. “An Analysis of the Role of Music in Short Video Platforms - Take TikTok as a Case Study.” 1(3):40–43. doi: 10.12417/3029-2344.24.03.009.