

**EFEKTIVITAS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI
P4GN BADAN NARKOTIKA NASIONAL PROVINSI DIY
JANUARI 2017 – MARET 2018**

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh
MELLIA MARITA DWI KURNIAWATI
20140530155

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

LEMBAR PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul:

**Efektivitas Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosialisasi P4GN
Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY Januari 2017 – Maret 2018**



Mellia Marita Dwi Kunrniawati

20140530155

Yang disetujui oleh:



Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

ABSTRAK

BNNP DIY dalam melaksanakan program P4GN bertujuan untuk meningkatkan imunitas masyarakat terhadap bahaya penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas pemanfaatan Instagram sebagai media sosialisasi P4GN Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY. Metode penelitian ini menggunakan survei kuantitatif dikarenakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik serta aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media sosialisasi P4GN yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY telah efektif, yang ditandai dengan nilai koefisien regresi linear adalah $y = 60,32 + 0,463X$. Pemanfaatan Instagram sebagai media sosialisasi P4GN Badan Narkotika Nasional Provinsi Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY telah efektif karena Instagram masih menjadi kebutuhan pengguna dalam mencari informasi P4GN. Selain itu dilihat dari segi kualitas, Instagram BNNP DIY dalam memberikan informasi menurut *followers* Instagram @bnnp_diy telah aktual, faktual dan jelas dalam menyampaikan.

Namun peneliti memperoleh temuan bahwa *followers* akun Instagram @bnnp_diy masih kurang antusias dalam memberikan komentar terhadap postingan, memposting ulang/*me-repost* dan memanfaatkan *Direct Message*. Selain itu peneliti juga masih menemukan bahwa frekuensi BNNP DIY dalam memposting informasi P4GN di Instagram masih kurang.

Kata Kunci: Efektivitas, Media Sosial, Instagram

ABSTRACT

National Narcotics Board of Yogyakarta Province implement P4GN program aims to improve the immunity of the community against the dangers of drug abuse and illicit trafficking. The purpose of this research is to know the effectiveness of utilization of media dissemination as Instagram P4GN National Narcotics Board of Yogyakarta. This research method using quantitative survey because the research data in the form of numbers and analysis using statistics and aspects of measurement objectively against social phenomena.

The results of this research show that utilization of media dissemination as Instagram P4GN conducted by the National Narcotics Board of Yogyakarta Province has been effective, which is characterized by linear regression coefficient value is $y = 0,463X + 60.32$. Instagram Utilization as Media Socialization of P4GN National Narcotics Board of Yogyakarta Province has been effective because because Instagram user is still a necessity in finding P4GN information. In addition in terms of quality, Instagram National Narcotics Board of Yogyakarta Province in providing information according to followers Instagram @bnnp_diy has been actual, factual and clear in delivering.

However, the researchers found that followers Instagram account @bnnp_diy still less enthusiastic in commenting post, repost and Direct Message. In addition researchers have also found that the frequency of BNNP DIY in the post P4GN on Instagram information is still lacking.

Keywords: Effectiveness, Social Media, Instagram

PENDAHULUAN

Sebagai ibu kota Provinsi DIY, Jogja mempunyai kaya akan predikat. Salah satu predikat Jogja adalah dikenal sebagai kota pelajar. Alasan Jogja dikenal sebagai kota pelajar karena berbagai pendidikan di setiap jenjang pendidikan terdapat di provinsi ini dan banyaknya mahasiswa serta pelajar dari seluruh daerah di Indonesia. Selain itu Jogja disebut kota pelajar karena kualitas pendidikannya yang bagus. Ironisnya, Jogja yang dikenal sebagai kota pelajar di Indonesia karena kualitas dan kuantitas pendidikan yang bagus tetapi Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mendapatkan peringkat pertama pengguna narkoba kalangan pelajar dan mahasiswa. Kepala Bidang Pemberantasan Narkoba BNNP DIY AKBP Mujiyana mengatakan Yogyakarta diketahui menempati peringkat pertama pengguna narkoba, setelah Badan Narkotika Nasional (BNN) dengan Universitas Indonesia melakukan penelitian pada akhir 2016 lalu. Dengan jumlah penduduk sedikit dibandingkan provinsi lain, DIY menempati urutan pertama di atas Jakarta dan Surabaya (<https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-3550865/awas-yogyakarta-urutan-pertama-pengguna-narkoba-terbanyak> diakses pada tanggal 14 Agustus 2017 pukul 08.35 WIB).

Saat ini salah satu strategi yang dilakukan oleh BNNP DIY adalah dengan penyebarluasan informasi program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) melalui pemanfaatan media online. Upaya ini sebagai bentuk respon tidak mau kalah BNNP DIY di era digital saat ini dimana informasi dengan mudah diakses (<http://jogja.tribunnews.com/2017/09/29/cegah-pesebaran-narkoba-bnnp-diy-gencar-sosialisasi-p4gn> diakses pada tanggal 21 Desember 2017 pukul 09.32 WIB).

Salah satu pemanfaatan media *online* untuk sosialisasi P4GN yang terdapat di BNNP DIY adalah dengan menggunakan media sosial. “Menggunakan media sosial karena lebih efektif, lebih efisien dan mengikuti dinamika perkembangan zaman. Masyarakat secara umum dapat dengan mudah menerima informasi terkait P4GN. Media sosial baru *booming*, masyarakat memang lebih banyak menggunakan, lebih efektif dan lebih efisien. Sehingga, kita jelas-jelas lebih *prefer* memilih salah satunya dengan media sosial” (Dwi Zaniarti, Penyuluh Narkoba Ahli Pertama Seksi Pencegahan, wawancara tanggal 8 Januari 2018).

Saat ini BNNP DIY dalam mensosialisasikan P4GN menggunakan media sosial, melalui akun Instagram

@bnnp_diy. Alasan BNNP DIY sendiri menggunakan Instagram untuk sosialisasi terkait P4GN karena lebih mudah secara visual, bagaimana masyarakat menerima dan memahami tentang informasi yang ingin disampaikan. Dan saat ini Instagram salah satu media sosial yang lagi *booming* dan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Telah kita ketahui juga bahwa DIY menjadi peringkat pertama kalangan pelajar dan mahasiswa angka penyalahgunaan narkoba dari 18 provinsi di akhir tahun 2016 lalu, untuk itu BNNP DIY lebih menasar menggunakan Instagram. Mungkin saat ini karena Facebook dan Twitter dianggap kuno untuk kalangan pelajar dan mahasiswa. Tak hanya itu Instagram dianggap lebih praktis (Dwi Zaniarti, Penyuluh Narkoba Ahli Pertama Seksi Pencegahan, wawancara tanggal 8 Januari 2018).

Akun Instagram BNNP DIY merupakan media sosial paling aktif saat ini, dilihat dari terakhir postingannya. Tak hanya itu akun Instagram BNNP DIY memiliki jumlah pengikut yang lebih banyak dibandingkan dengan akun media sosial lain seperti Facebook (*fanpage*) dan Twitter. Berbeda dengan akun media sosial seperti Facebook (*fanpage*) dan Twitter yang sampai saat ini kurang *update* dan memiliki jumlah pengikut masih di bawah akun Instagram.

Selain itu kelebihan akun Instagram BNNP DIY, masyarakat dapat terlibat dalam hal memberikan saran, informasi baru ataupun ide baru mengenai P4GN kepada BNNP DIY yang kemudian dapat diposting di akun Instagram BNNP DIY. “Selama ini respon masyarakat positif terhadap kehadiran akun Instagram. Masyarakat juga dapat terlibat memberikan ide baru, informasi baru ataupun masukan kepada BNNP DIY. Caranya yaitu bisa lewat email ataupun ketemu langsung dengan admin media sosial BNNP DIY” (Dwi Zaniarti, Penyuluh Narkoba Ahli Pertama Seksi Pencegahan, wawancara tanggal 8 Januari 2018).

Alasan peneliti memilih periode penelitian pada Januari 2017 – Maret 2018 karena setelah DIY mendapat peringkat pertama angka penyalahgunaan narkoba untuk kalangan pelajar dan mahasiswa di akhir tahun 2016 lalu oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) dengan Universitas Indonesia, BNNP DIY sendiri semakin gencar dan masif melakukan sosialisasi mengenai P4GN serta semakin fokus melakukan sosialisasi terutama terhadap kalangan pelajar dan mahasiswa (Dwi Zaniarti, Penyuluh Narkoba Ahli Pertama Seksi Pencegahan, wawancara tanggal 8 Januari 2018).

RUMUSAN MASALAH

Penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

“Seberapa efektif pemanfaatan Instagram sebagai media sosialisasi P4GN Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY Januari 2017 – Februari 2018 ?”

KERANGKA TEORI

1. Media Sosial

Menurut Van Dijk (dalam Nasrullah, 2015:11) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Menurut (Nasrullah, 2015:39) setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

- a. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)
- b. Jurnal *Online* (*Blog*)
- c. Jurnal *Online* Sederhana atau Microblog (*Micro-Blogging*)
- d. Media berbagi (*Media Sharing*)
- e. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

f. Media Konten Bersama atau Wiki

Adapun menurut Puntoadi penggunaan atau pemanfaatan *social media* sebagai berikut:

- a. Keunggulan membangun *personal branding* melalui *social media* adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audienslah yang akan menentukan. Berbagai *social media* dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di sosial media. (Puntoadi, 2011: 6).
- b. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara *personal* serta membangun keterikatan yang lebih dalam (Puntoadi, 2011: 21).

2. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial,

termasuk milik instagram sendiri (Frommer, 2010).

Menurut Suhardi berikut enam cara menggunakan Instagram agar efektif:

a. Foto dan Video

Strategi menggunakan Instagram harus mengkombinasikan foto dan video.

b. *Hashtags*

Hashtag sangat penting sekali di Instagram.

c. Buatlah sebuah strategi

Rencanakanlah konten dengan matang sehingga bisa membantu untuk menjangkau lebih banyak *like* dan *follower*.

d. Gunakan *tool* untuk foto

Tool dapat membantu anda untuk memaksimalkan foto dan video milik anda.

e. Konsisten

Selalu tampil secara konsisten di media sosial, apapun platformnya, sangat penting.

f. Posting secara teratur

Jika anda ingin berhasil di Instagram, anda harus posting beberapa kali dalam sehari.

(<https://suhardimunir.web.id/blog/6-cara-menggunakan-instagram-agar-efektif/> diakses pada tanggal 20 April 2018 pukul 23.15)

3. Sosialisasi

Menurut (Poerwanto, 2008:50), menjelaskan bahwa ketika sosialisasi diartikan sebagai sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan, maka sosialisasi dalam konteks organisasi atau perusahaan lebih mengarah kepada mengkomunikasikan atau memberikan informasi kepada publiknya dimana terjadi suatu proses pertukaran informasi dan pikiran.

Menurut (Berger dan Luckmann, 1990:201) agar sosialisasi dapat berjalan, tertib dan berlangsung terus menerus maka terdapat dua tipe sosialisasi yaitu:

a. Formal

b. Informal

Adapun tujuan sosialisasi menurut Mead (dalam Horton & Hunt, 1999: 110) sebagai berikut :

a. Memberikan keterampilan kepada seseorang untuk dapat hidup bermasyarakat

b. Mengembangkan kemampuan berkomunikasi secara efektif

c. Membantu mengendalikan fungsi-fungsi organik yang dipelajari melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.

d. Membiasakan diri berperilaku sesuai dengan nilai-nilai dan kepercayaan pokok yang ada di masyarakat.

KERANGKA KONSEP

Menggunakan media *online* khususnya media sosial dianggap sebagai wadah untuk menjembatani komunikasi antara instansi dengan masyarakat. Instagram Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY merupakan salah satu *platform* untuk penyebaran informasi kepada masyarakat khususnya mengenai P4GN (Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba).

Nantinya peneliti akan menggunakan media tersebut untuk diteliti efektivitasnya dari segi kuantitas dan kualitas terhadap sosialisasi mengenai P4GN yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY.

DEFINISI KONSEPTUAL

1. Efektivitas Pemanfaatan Instagram

Efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Ini berarti bahwa apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya maupun mutunya, maka dapat dikatakan efektif (Ravianto, 1989:113).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang artinya guna, faedah.

Kemudian mendapatkan imbuhan *pe-an* yang berarti proses, cara, perbuatan pemanfaatan. Dengan demikian pemanfaatan dapat diartikan suatu cara atau proses dalam memanfaatkan suatu benda atau obyek (<https://kbbi.web.id/manfaat> diakses pada tanggal 18 April 2018 pukul 19.25 WIB).

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri (Frommer, 2010).

Dapat disimpulkan bahwa Efektivitas Pemanfaatan Instagram merupakan seberapa berhasil dan *output* yang diharapkan dalam memanfaatkan aplikasi media sosial berbagi foto dan video.

2. Efektivitas Media Sosialisasi

Efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Ini berarti bahwa apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya maupun mutunya, maka dapat dikatakan efektif (Ravianto, 1989:113).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media alat (sarana) komunikasi. Menurut EACT (dalam Rohani, 1997:2) media adalah segala bentuk yang dipergunakan untuk proses penyaluran informasi. Sedangkan menurut (Arsyad, 2002:4), media merupakan semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju.

Menurut (Poerwanto, 2008:50), menjelaskan bahwa ketika sosialisasi diartikan sebagai sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan, maka sosialisasi dalam konteks organisasi atau perusahaan lebih mengarah kepada mengkomunikasikan atau memberikan informasi kepada publiknya dimana terjadi suatu proses pertukaran informasi dan pikiran.

Dapat disimpulkan bahwa efektivitas media sosialisasi adalah seberapa berhasil dan *output* yang diharapkan mengenai perantara menyampaikan atau menyebar ide, gagasan pada suatu proses pertukaran informasi dan pikiran.

DEFINISI OPERASIONAL

Penelitian ini definisi operasionalnya adalah sebagai berikut:

Tabel Definisi Operasional

Variabel	Indikator
Efektivitas Pemanfaatan Instagram	Kuantitas
	Kualitas
Efektivitas Media Sosialisasi	Kognitif
	Afektif
	Konatif

Sumber: Diolah Peneliti

HIPOTESIS

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha: Instagram yang saat ini telah

digunakan sebagai media sosialisasi telah efektif

H₀: Instagram yang saat ini telah digunakan sebagai media sosialisasi kurang efektif

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasiram, 2008:149). Peneliti lebih

mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Menurut Queensland Government Statistician's Office (dalam Asra dkk, 2015:63), survei juga bisa dipahami sebagai suatu cara untuk mengukur karakteristik dari suatu populasi, perilaku, kesadaran terhadap program, sikap atau pandangan, serta kebutuhan.

2. Waktu Penelitian

Periodisasi data dalam penelitian ini adalah Januari 2017- Maret 2018.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Untuk mendapatkan data penelitian ini dilakukan dengan cara kuesioner (angket) yang diisi oleh responden. Dalam penelitian ini, kuesioner (angket) yang digunakan berupa kuesioner tertutup. Dalam kuesioner tertutup, alternatif jawaban sudah ditentukan terlebih dahulu. Responden hanya memilih dari alternatif yang telah disediakan (Yusuf, 2014:202).

b. Data Sekunder

Untuk mendapatkan data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan

studi pustaka. Studi pustaka di dapat dengan mengutip teori maupun data dokumen dari sejumlah literatur atau instansi yang bersangkutan, baik laporan pertanggungjawaban, buku-buku, *website*, dan lainnya yang bersangkutan dengan pokok bahasan.

4. Teknik Skala Pengukuran

Menurut (Singarimbun dan Effendi, 1995:111) salah satu cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor adalah dengan menggunakan "Skala Likert". Jawaban-jawaban ini diberi skor 1 sampai 5.

Berdasarkan pernyataan di atas, oleh karena itu peneliti menetapkan nilai-nilai jawaban sebagai berikut:

- a. Kategori sangat setuju responden menjawab (A) dengan skor 5.
- b. Kategori setuju responden menjawab (B) dengan skor 4.
- c. Kategori ragu-ragu responden menjawab (C) dengan skor 3.
- d. Kategori tidak setuju responden menjawab (D) dengan skor 2.
- e. Kategori sangat tidak setuju responden menjawab (E) dengan skor 1.

5. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas Kuesioner

Peneliti melakukan uji validitas guna mengetahui tingkat validitas instrumen. Menurut (Azra dkk, 2015:147) rumus yang digunakan untuk mengukur validitas butir menggunakan korelasi *product moment* untuk data yang non-dikotomi.

b. Uji Reliabilitas Kuesioner

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi data apabila pengukuran di ulang dua kali atau lebih. Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan teknik komputasi *Cronbach's Alpha*.

Menurut (Azra dkk, 2015:148) apabila skala yang digunakan merupakan skala bukan dikotomi maka menggunakan formulasi Alpha Cronbach.

6. Teknik Analisa Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan masing-masing variabel, yaitu variabel efektivitas pemanfaatan Instagram (X) dan media sosialisasi P4GN (Y).

Dalam analisis deskriptif ini, perhitungan yang digunakan untuk

mengetahui tingkat persentase skor jawaban dari masing-masing variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

n = Skor empirik (skor yang diperoleh)

N = Jumlah seluruh skor atau nilai (skor ideal)

Untuk mengetahui tingkat kriteria tersebut, selanjutnya skor yang diperoleh (dalam %) dengan analisis deskriptif persentase dikonsultasikan dengan tabel kriteria.

Tabel Kriteria Analisis Deskriptif Persentase

No	Rentang Persentase	Kriteria
1	84% - 100%	Sangat Baik
2	82% - 63%	Baik
3	62% - 54%	Cukup Baik
4	53% - 34%	Tidak Baik
5	33% - 19%	Sangat Tidak Baik

Sumber: Septiawan (2016:44)

b. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Rumus Regresi Linier Sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = angka arah koefisiensi regresi, yaitu menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Bila b (+) maka naik dan bila b (-) maka terjadi penurunan

X = Nilai variabel independen

7. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram Badan Narkotika Nasional Provinsi

DIY yang tak lain adalah @bnnp_diy. Tercatat populasi pengikut akun Instagram @bnnp_diy pada tanggal 8 Februari 2018 sebanyak 1.870 orang.

b. Sampel

Menurut (Yusuf, 2014:150) sampel merupakan sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Cara penentuan besaran sampel dengan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan yang diinginkan sebesar 90%. Oleh karena itu nilai kritis yang diinginkan ($e = 0,1$).

Jumlah sampel yang didapatkan dalam penelitian ini berjumlah 95 orang, yang merupakan pembulatan dari hasil perhitungan di atas.

Teknik sampling tersebut akan dilakukan dengan *Non Probability Sampling* secara *Haphazard/convenience sampling*. Metode *haphazard* (atau bisa disebut juga *convenience*) *sampling* ini merupakan cara pengambilan sampel yang dilakukan secara sangat sederhana yaitu dengan mengambil unit pengamatan yang dijumpai atau sedapatnya saja (Azra dkk, 2015:77).

PEMBAHASAN

1. Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram @bnp_diy

Untuk mengukur efektivitas yaitu salah satunya dengan Indikator Kuantitas dan Kualitas. Maka dari itu, melakukan sebuah riset pada pertanyaan dalam kuesioner yang berdasarkan efektivitas media sosial Instagram yang dilakukan oleh Ravianto salah satunya adalah kuantitas dan kualitas.

a. Kuantitas

Kuantitas merupakan indikator yang memiliki ukuran banyaknya jumlah (frekuensi/intensitas) dan kelengkapan informasi yang diberikan dalam media sosial Instagram. Angka persentase dalam indikator ini sebesar 55,15%, sesuai dengan tabel 1.4 persentase tersebut termasuk dalam kategori **Cukup Baik**.

b. Kualitas

Kualitas merupakan indikator yang mengukur informasi berdasarkan aktual dan faktualnya informasi, kejelasan informasi ketika diberikan serta penyajian informasi/postingan melalui akun Instagram @bnp_diy.

Dalam penelitian ini indikator kualitas memiliki persentase sebesar

81,01%. Sesuai dengan tabel 1.4 persentase tersebut termasuk dalam kategori **Baik**.

Dari hasil data yang telah peneliti peroleh dan diolah mengenai pertanyaan-pertanyaan indikator dari efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram memiliki nilai persentase sebesar 67,46%. Artinya dilihat dari tabel analisis deskriptif, persentase angka tersebut tergolong ke dalam persentase yang **Baik**.

2. Efektivitas Media Sosialisasi P4GN Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY

Untuk mengukur efektivitas media sosialisasi P4GN yaitu salah satunya berdasarkan yang dikemukakan oleh Effendy dengan Indikator Kognitif, Afektif dan Konatif.

a. Kognitif

Kognitif merupakan berkaitan erat dengan pikiran dan penalaran sehingga khalayak yang semula tidak tahu menjadi tahu, yang semula tidak mengerti menjadi mengerti, dan semula bingung menjadi jelas dengan kata lain meningkat intelektualitasnya.

Angka persentase dalam indikator ini sebesar 80,4%. Sesuai dengan tabel 1.4 persentase

tersebut termasuk dalam kategori

Baik

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar *followers*/pengikut akun Instagram @bnp_diy mengalami perubahan tingkat pengetahuan dan pemahaman mengenai P4GN.

b. Afektif

Jika efektif kognitif berkaitan dengan pikiran dan penalaran, maka efektif membuat khalayak dapat turut merasakan kegembiraan, kesedihan, kemarahan, dan ekspresi emosi lainnya. Afektif lebih tinggi kadarnya dari kognitif. Tujuan komunikator bukan hanya sekedar supaya komunikasikan tahu, tetapi tergerak hatinya.

Angka persentase dalam indikator ini sebesar 96,63% menyatakan sikap takut menggunakan dan mengedar narkoba.

Hal ini menunjukkan hampir seluruh *followers*/pengikut akun Instagram @bnp_diy takut akan menggunakan dan mengedar narkoba serta setuju dengan gerakan anti narkoba.

c. Konatif

Konatif merupakan berhubungan dengan niat, semangat, keinginan, upaya, perilaku, tindakan, atau kegiatan. Untuk dapat mencapai tahap konatif, komunikasi akan terlebih dahulu mengalami efek kognitif dan afektif.

Angka persentase dalam indikator ini sebesar 82,16% menyatakan perubahan perilaku anti narkoba.

Hal ini menunjukkan hampir seluruh *followers*/pengikut akun Instagram @bnp_diy berniat ataupun melakukan tindakan anti narkoba.

3. Efektivitas Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosialisasi P4GN Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY

Variabel efektivitas pemanfaatan Instagram (X) diukur dengan 2 indikator efektivitas, yaitu kuantitas dan kualitas. Perhitungan menunjukkan bahwa efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram menghasilkan persentase 67,46% hal ini menunjukkan bahwa efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram sudah memberikan keefektifitasan yang baik.

Hal yang membuat media sosial Instagram efektif dalam memberikan informasi karena banyaknya pengguna media sosial Instagram yang saat ini fenomenanya sedang ramai di pergunakan terlebih pada usia 18 – 24 tahun atau pada kalangan pelajar dan mahasiswa. Hal ini dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa keefektivitasan dari media sosial Instagram sangat strategis untuk menarik kuantitas penggunaannya, terlebih target sasaran media sosial Instagram Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY adalah kalangan pelajar dan mahasiswa. Tinggal bagaimana instansi tersebut mengemas konten media sosial Instagram @bnp_diy dan sering memposting informasi mengenai P4GN. Adapun kriteria *followers* akun Instagram @bnp_diy sebagai bentuk informatif dan mendukung program pemerintah mengenai anti pada narkoba.

Peneliti menemukan sejauh ini pemanfaatan media sosial Instagram @bnp_diy sebagai media sosialisasi telah efektif bagi *followers* akun Instagram @bnp_diy. Akan tetapi sosialisasi P4GN yang dilakukan BNNP DIY melalui Instagram belum tentu menjangkau target semuanya dikarenakan *followers* akun Instagram

untuk ukuran perusahaan masih sedikit dan jauh diharapkan.

Efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Ini berarti bahwa apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya maupun mutunya, maka dapat dikatakan efektif, (Ravianto, 1989:113). Media massa merupakan organisasi yang rumit. Pesan-pesan yang sampai kepada audiens adalah hasil kerja kolektif. Karena itu, berhasil tidaknya komunikasi massa ditentukan oleh berbagai faktor yang terdapat di dalam organisasi media massa (Effendy, 2008:53). Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah faktor dari sifat komunikannya, sifat dari media massanya, sifat pesan, komunikator dan efeknya.

Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang tak lain sebagai medium *online* membentuk ikatan sosial untuk saling berbagi informasi kepada individu maupun publik tanpa ada kekhususan. Media sosial memakai teknologi berbasis web dan mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Diterjemahkan dalam (Kaplan dan Haenlein, 2010:61), “media sosial

adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated-content”.

Media sosial dirasakan relatif lebih murah dan lebih mudah untuk diakses untuk siapa saja menyampaikan serta mendapat informasi, dibanding dengan media tradisional yang memerlukan biaya yang lebih mahal serta lebih kompleks untuk menyampaikan pemberitaan atau informasi.

Oleh karena itu, Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY dalam memberikan informasi mengenai P4GN melalui media sosial Instagram dapat dikatakan tepat. Karena Instagram masih menjadi kebutuhan dalam mencari informasi P4GN, selain itu pengguna Instagram sebagian besar adalah kalangan pelajar dan mahasiswa. Hal tersebut sesuai dengan target sasaran Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY dalam mensosialisasikan anti narkoba atau P4GN yaitu lebih memasifkan kepada pelajar dan mahasiswa.

Dari hasil penelitian terdapat pengaruh efektivitas pemanfaatan Instagram sebagai media sosialisasi P4GN Badan Narkotika Nasional

Provinsi DIY. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis Instagram yang saat ini telah digunakan sebagai media sosialisasi telah efektif diterima. Uji regresi linear sederhana di dapat persamaan linear sebagai berikut: $y = 60,32 + 0,463X$. Maka apabila efektivitas “Pemanfaatan Media Sosial Instagram” (X) bertambah satu satuan, maka “Media Sosialisasi P4GN” (Variabel Y) akan bertambah sebesar 0,463. Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram sebagai media sosialisasi P4GN Badan Narkotika Nasional Provinsi dapat dikatakan efektif.

KESIMPULAN

Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media sosialisasi P4GN berada pada kategori baik, sehingga pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY dalam mensosialisasikan mengenai P4GN (Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba) sudah efektif.

Nilai koefisien regresi linear pada penelitian ini adalah $y = 60,32 + 0,463X$. Sehingga pemanfaatan Instagram sebagai media sosialisasi P4GN yang dilakukan oleh BNNP DIY telah efektif dari segi

kuantitas dan kualitas. Instagram masih menjadi kebutuhan pengguna dalam mencari informasi P4GN serta BNNP DIY dalam memberikan informasi melalui Instagram menurut *followers*/pengikut Instagram @bnnp_diy telah aktual, faktual dan jelas dalam menyampaikan. Tak hanya itu, Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY dalam memanfaatkan Instagram terdapat perubahan ataupun memiliki pengaruh positif terhadap sosialisasi P4GN dari segi kognitif (pengetahuan), afektif (sikap) dan konatif (perilaku/tindakan).

Namun, hasil temuan peneliti yang diperoleh dari data lapangan berupa kuesioner mendapat catatan bahwa bahwa *followers* akun Instagram dalam memberikan komentar terhadap postingan, memposting ulang/*me-repost* dan memanfaatkan *Direct Message* kepada akun Instagram @bnnp_diy masih kurang antusiasnya. Selain itu juga frekuensi BNNP DIY dalam memposting Instagram masih kurang dan *followers* bnnp_diy masih kurang berminat untuk mengunjungi akun Instagram @bnnp_diy.

Hal yang menjadikan pemanfaatan Instagram sebagai media sosialisasi P4GN oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY ini menjadi efektif karena didukung oleh faktor-faktor lain yang memperoleh angka persentase yang cukup tinggi serta perolehan angka persentase statistik tiap

indikator seperti: kuantitas, kualitas media sosial Instagram serta efek kognitif, afektif dan konatif sosialisasi tergolong di atas cukup baik.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, berikut merupakan saran-saran untuk pihak Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY:

1. Peneliti menyarankan sebaiknya agar terdapat Divisi Humas supaya lebih fokus dalam *jobdesk* masing-masing. Telah kita ketahui bahwa Badan Narkotika Nasional Provinsi di seluruh Indonesia tidak adanya Humas, Divisi Humas hanya terdapat di tingkat pusat yaitu Badan Narkotika Nasional. Adanya Divisi Humas membuat pengelolaan media menjadi lebih maksimal.
2. Pengelolaan media sosial Instagram lebih dibuat menjadi informatif lagi dan semenarik mungkin mengenai P4GN agar *followers*/pengikut akun Instagram @bnnp_diy merespon dengan mengkommentar postingan ataupun memposting ulang/*me-repost*.
3. Intensitas memposting informasi mengenai P4GN dibuat menjadi lebih aktif lagi supaya *followers*/pengikut akun Instagram @bnnp_diy menjadi terus bertambah dan lebih banyak lagi.

4. Konten informasi mengenai P4GN dapat dibuat dengan memposting video lebih banyak lagi di Instagram @bnp_diy karena sebagian besar *followers/pengikut* lebih menyukai video dibanding dengan gambar.
5. Seperti yang telah kita ketahui, bahwa masyarakat dapat terlibat memberikan ide atau konten kepada Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY mengenai P4GN yang nantinya dapat diposting di Instagram @bnp_diy agar lebih diinformasikan lagi. Supaya masyarakat dapat berlomba-lomba mengirimkan konten kreatif P4GN kepada Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY yang nantinya Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY menjadi terbantu.
6. Untuk ke depannya, kampanye P4GN lebih digalakkan lagi dengan memanfaatkan konten kreatif media sosial Instagram dan masyarakat juga dapat berpartisipasi kampanye tersebut dengan menggunakan *Twibbon*. Sehingga kampanye P4GN dikenal lebih luas lagi kepada masyarakat. Tak hanya itu saja, *hashtags* pada Instagram juga dibuat dengan sedemikian rupa dan tetap teratur/tidak berubah-ubah.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, Hasan dkk. (2003). *Kamus Besar*

Bahasa Indonesia Edisi Ketiga.

Jakarta: Balai Pustaka

Arsyad, Azhar. (2002). *Media*

Pembelajaran. Jakarta: Rajawali Pers

Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook.* Jakarta: Media Kita

Azra, Abuzar dkk. (2015). *Metode*

Penelitian Survei. Bogor: In Media

Berger, Peter L dan Thomas Luckmann

(1990). *Tafsir Sosial atas*

Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan. Jakarta: LP3ES

Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi*

Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya.

Jakarta: Kencana

Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Ilmu*

Komunikasi Teori dan Praktek.

Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Ilmu*

Komunikasi Teori dan Praktek.

Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Effendy, Onong Uchjana. (2011). *Ilmu*

Komunikasi Teori dan Praktek.

Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Horton, Paul B dan Chester L. Hunt. (1999).

Sosiologi. Jakarta: Erlangga

Kaplan, Andreas M. & Hanlein, Michael.

(2010). *Users of The World, Unite!*

The Challenges and opportunities of

- Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68
- Kasiram, Mohammad. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN Malang Press
- Mahmudi. (2010). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Martono, Nanang. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers
- Mulyana, Slamet dan Meria Octavianti. (2016). *Efektivitas Penggunaan Media Dalam Sosialisasi Kebijakan Penanganan 'Human Trafficking' Di Kabupaten Indramayu*. Program Studi Manajemen Komunikasi Fikom Unpad
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurudin, N. (2015). Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi. *Jurnal Komunikator*, 5, 127-142
- Poerwanto. (2008). *Budaya Perusahaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo
- Ravianto, J. (2009). *Produktivitas dan Pengukurannya*. Jakarta: Lembaga Sarana Info Usaha dan Produktivitas
- Rizal, Veby Zilfania. (2014). Pengaruh Social Media Marketing Twitter Terhadap Terbentuknya Brand Image Restoran Burger Gaboh Pekanbaru. *Universitas Riau*, 17
- Rohani, Ahmad. (1997). *Media Instruksional Edukatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sedarmayanti. (2009). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas*. Bandung: Mandar Maju
- Septiawan, M. Fandi. (2016). *Hubungan Antara Efektivitas Media Sosial Instagram Dengan Minat Beli Sepatu Sneaker*. Serang: Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
- Simamora, Henry. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. (1995). *Metode Penelitian Survei, Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Yusuf, A. Muri. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia

Group

Internet:

<https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-3550865/awas-yogyakarta-urutan-pertama-pengguna-narkoba-terbanyak> diakses pada tanggal 14 Agustus 2017 pukul 08.35 WIB

<http://jogja.tribunnews.com/2017/09/29/ce-gah-pesebaran-narkoba-bnnp-diy-gencar-sosialisasi-p4gn> diakses pada tanggal 21 Desember 2017 pukul 09.32 WIB

<http://www.businessinsider.com/instagram-2010-11/?IR=T> diakses pada tanggal 3 Februari 2018 pukul 08.40 WIB

<https://suhardimunir.web.id/blog/6-cara-menggunakan-instagram-agar-efektif/> diakses pada tanggal 20 April 2018 pukul 23.15

<https://Yogyakarta.bnn.go.id> diakses pada tanggal 6 Maret 2018 pukul 14.16 WIB